TOURISM NEW BRUNSWICK
TOURISME NOUVEAU-BRUNSWICK

ANNUAL REPORT
RAPPORT ANNUEL

1983

Tourism New Brunswick
Tourisme Nouveau-Brunswick

The Honourable Doctor George F. G. Stanley
O.C., D-ès-L, D. Litt.
Lieutenant-Governor of the
Province of New Brunswick

May it please your Honour:

I have the honour to submit the Annual Report of the Department of Tourism for the year ended March 31, 1983.

Respectfully submitted,

Omer Léger
Minister of Tourism

Tourism New Brunswick
Tourisme Nouveau-Brunswick

L'honorable George F. G. Stanley
O.C., D. ès L.
Lieutenant-gouverneur de la
Province du Nouveau-Brunswick

Qu'il plaise à votre honneur,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel du ministère du Tourisme pour l'année terminée le 31 mars 1983.

Respectueusement soumis,

Omer Léger
Ministre du Tourisme

The Honourable Omer Leger
Minister of Tourism
Province of New Brunswick

Sir:

I have the honour to present to you the 12th annual report of Tourism New Brunswick for the fiscal year ended March 31, 1983.

The report presents the initiatives of the Department by program, rather than on a branch basis, in order to more clearly outline the accomplishments over the past year.

I am pleased to report that, despite a period of economic difficulty, travel expenditures increased to a total of $330 million in 1982. This represents a 14 per cent increase over the previous year. It is also of significance to note that New Brunswick was one of the few provinces to have a net surplus in the travel account.

Marketing continues to be a major Department initiative and the highlights for the year in this field include:

1. The launch of the first major winter program titled "Warm Up to Winter".

2. A new advertising approach in northeastern United States through the use of a full - color newspaper supplement that reached upwards of 1.2 million households.

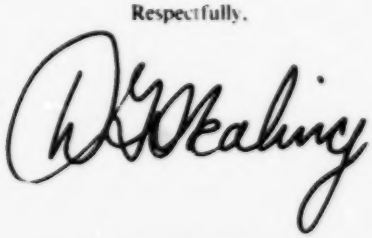
3. The extension of the toll-free information system to the continental United States.

4. The addition of three new tourist information centres.

The Department continued its park upgrading and expansion program with major developments at Sugarloaf, Chaleur, Mount Carleton and Woolastook. Considerable upgrading work was also carried out on a number of other parks throughout the Province.

I extend to you, Sir, and to all Tourism New Brunswick staff as well as those in the travel industry, my appreciation for the support given during the year.

Respectfully,



Dan G. Skaling
Deputy Minister

Monsieur Omer Léger
Ministre du Tourisme
Province du Nouveau-Brunswick

Monsieur,

J'ai l'honneur de vous présenter le 12e rapport annuel du ministère du Tourisme du Nouveau-Brunswick pour l'année financière se terminant le 31 mars 1983.

Afin de donner un aperçu plus détaillé des réalisations du ministère pendant l'année qui vient de s'écouler, le rapport présente ces activités selon les différents programmes, plutôt que selon les différentes directions.

Je suis heureux d'annoncer qu'en dépit de la situation économique difficile que nous avons connue, les dépenses touristiques ont augmenté pour atteindre un total de 330 millions de dollars en 1982. Ce chiffre représente une hausse de 14 % par rapport à l'année précédente. Il importe également de souligner que le Nouveau-Brunswick était l'une des quelques provinces qui ont eu un excédent net de fonds dans leur compte touristique.

Le marketing reste une des activités principales du ministère et voici les faits marquants dans ce domaine:

1. Le lancement du premier programme hivernal d'envergure intitulé «L'hiver, ça se réchauffe».

2. L'adoption d'une nouvelle approche publicitaire dans le nord-est des États-Unis grâce à la distribution d'un encart de journal tout en couleurs dans plus de 1.2 million de foyers.

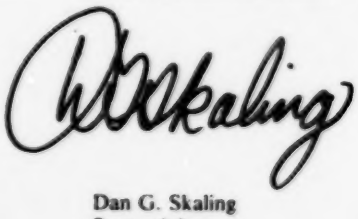
3. L'extension d'un système d'information sans frais aux états continentaux des États-Unis.

4. La construction de trois nouveaux centres d'information touristique.

Le ministère a poursuivi son programme d'amélioration et d'expansion des parcs et a effectué des aménagements majeurs aux parcs Sugarloaf, Chaleur, mont Carleton et Woolastook. Un bon nombre de travaux d'amélioration ont également été effectués dans un certain nombre d'autres parcs de la province.

Je tiens à vous exprimer, Monsieur, ainsi qu'à tout le personnel de Tourisme Nouveau-Brunswick et aux membres de l'industrie touristique, ma plus vive reconnaissance pour l'appui que vous m'avez donné au cours de l'année.

Respectueusement soumis,



Dan G. Skaling
Sous-ministre

MARKETING PROGRAM

The primary aim of marketing is to sell the attractions and facilities of the Province to potential tourists. Marketing does this directly by media advertising campaigns, producing and distributing promotional material, maintaining an information distribution system, contact with wholesalers and operators and more indirectly through such activities as contact with the media, travel trade development and familiarization tours.

The use of accommodation, restaurants, events and attractions being sold benefits the Province not only through the money spent here but also through the employment of New Brunswickers.

ADVERTISING:

New Brunswick's award-winning television commercials led strong advertising campaigns in Ontario and Quebec markets. Radio and print followed as support.

In the United States a new advertising approach saw almost 1.2 million households in the northeastern States receiving a full colour twenty-page travel supplement on New Brunswick.

Within the Atlantic region, television and radio campaigns were supported by distribution of the new travel supplement in both official languages.

The year also saw the launch of the Department's first major winter program.

The theme "Warm Up to Winter" was used to promote indoor and outdoor winter activities, escape week-end packages and up-to-date snow conditions via new television commercials, radio advertisements, the toll-free line and a sixteen page colour newspaper advertising supplement. Winter tour shells were developed for use by those private industry operators offering winter packages. Mall displays of winter products took place in major cities in New Brunswick, Prince Edward Island and in Riviere-du-Loup, Quebec.

Although the weather was uncooperative, post season research showed the advertising program was very successful.

Approximately $1.1 million was spent on the Department's advertising program.

MARKET DEVELOPMENT:

Tourism promotion officers continued to be assigned as market managers for the strategic markets of northeastern and mid-Atlantic U.S., Quebec and Ontario, as well as a regional manager for Atlantic Canada and Europe.

PROGRAMME DE MARKETING

L'objectif primordial du «marketing» consiste à vendre aux touristes éventuels les divers services et attractions assurés par la province. Le marketing réalise cet objectif à l'aide de campagnes publicitaires dans les médias, de la production et de la distribution de documents de promotion, du maintien d'un système de distribution de l'information, de contacts avec les grossistes et les voyagistes et, de manière plus indirecte, grâce à des activités telles que des contacts avec les médias, des programmes de développement touristique et des voyages d'information.

La fréquentation des établissements d'hébergement, des restaurants, des événements et des attractions est profitable à la province non seulement grâce aux sommes dépensées au Nouveau-Brunswick, mais également grâce aux emplois offerts aux Néo-Brunswickois.

PUBLICITÉ:

Les annonces publicitaires télévisées du Nouveau-Brunswick, qui se sont vu décerner un prix, ont permis de mener des campagnes publicitaires énergiques sur les marchés de l'Ontario et du Québec. La radio et les journaux ont apporté leur appui.

Aux États-Unis, grâce à une nouvelle approche publicitaire, près de 1,2 million de foyers des États du nord-est ont reçu un encart touristique tout en couleurs de vingt pages sur le Nouveau-Brunswick.

Dans la région de l'Atlantique, la distribution du nouvel encart touristique dans les deux langues officielles a renforcé les campagnes télévisées et radiophoniques.

Cette année, nous avons également assisté au lancement du premier programme hivernal d'envergure du ministère.

Le thème «L'hiver, ça se réchauffe» a été utilisé pour promouvoir les activités hivernales de plein air, ainsi que celles qui se pratiquent à l'intérieur et les fins de semaine d'évasion, notamment dans un encart publicitaire de seize pages en couleurs. Des bulletins d'enneigement de dernière heure ont été transmis par le biais de nouvelles annonces à la télévision, de messages radiophoniques et du système téléphonique sans frais. Des feuillets promotionnels ont été préparés à l'usage des exploitants d'industries privées offrant des forfaits d'hiver. Les services offerts l'hiver ont fait l'objet d'expositions dans des centres commerciaux des principales villes du Nouveau-Brunswick, de celles de l'Île-du-Prince-Édouard et à Rivière-du-Loup au Québec.

Bien que la température ne se soit pas montrée clémente, des sondages effectués à la fin de la saison ont démontré que le programme publicitaire était très réussi.

Le programme publicitaire du ministère a coûté environ 1,1 million de dollars.

INTENSIFICATION DES EFFORTS DE MARKETING:

Les agents de la promotion touristique ont continué à remplir les fonctions de gérant du marketing pour les marchés stratégiques du nord-est des États-Unis, des états du centre du littoral de l'Atlantique, du Québec et de l'Ontario. Par ailleurs, un agent régional a été responsable des provinces de l'Atlantique et de l'Europe.

The main function of the market manager is to increase visitation via the travel trade to New Brunswick. This is done by selling, one to one, to travel wholesalers and operators, by developing special interest tour packages and by attending travel trade conferences and seminars in their assigned market areas.

The staff continued to assist the regional tourism associations with their programs in the capital region, the Acadian Peninsula, Westmorland County, the northwest region, Kent County and Albert County.

MARKETPLACE:

A marketplace is a meeting at which travel trade buyers of tourism products shop for new or improved tour packages. Tourism New Brunswick has been playing an increasingly important role in getting provincial suppliers of tourism products, e.g. operators of accommodations, attractions, air and land carriers, restaurants, etc., to sell to the travel wholesalers and operators at such marketplaces.

Marketplaces of the American Bus Association, National Tour Brokers Association, Rendez-Vous Canada, Ontario Motor Coach Association, Institute of Association Executives, Association of Canadian Travel Agents, various automobile clubs, and La Semaine Mondiale du Tourisme in Paris were attended.

Although a weakened North American travel market and strong competition from the Knoxville Worlds Fair resulted in a 10.1 per cent decline in tour nights in 1982, the dividends of the tour development program continued to be illustrated by the fact that the 2,238 tour nights recorded in 1982 remain 90 per cent above the figures of six years earlier - a market expansion which far exceeds overall industry growth.

FAMILIARIZATION TOURS:

In order to encourage new tour and package development, the Department often invites representatives of the travel trade to come to New Brunswick to see and experience what the province has to offer as a vacation destination.

A total of 186 persons, representing tour wholesalers, senior citizen groups, auto club counsellors, travel agents and media people from the United States, Canada and Europe were taken on the familiarization tours in New Brunswick.

Potential clients originated from the Atlantic provinces, Quebec, Western Canada, Connecticut, Massachusetts, Maine, Texas, southeastern United States, France and Germany. A total of fifteen individual tours were hosted.

Le directeur du marketing a pour fonction principale d'accroître l'afflux de touristes par le biais du commerce touristique au Nouveau-Brunswick.

Il s'acquitte de cette fonction en commercialisant les services touristiques auprès de chaque grossiste et de chaque voyagiste, en créant des voyages à forfait intéressant certains groupes et en assistant aux conférences et aux colloques sur le tourisme concernant le territoire auquel il est affecté.

Le personnel du ministère a continué d'apporter son aide aux associations touristiques régionales avec leurs programmes dans la région de la capitale, de la Péninsule Acadienne, du comté de Westmorland, du Nord-Ouest, du comté de Kent et du comté d'Albert.

EXPOSITIONS-VOYAGES:

Par «exposition-voyage», on entend une rencontre au cours de laquelle les acheteurs de services touristiques font leurs achats de forfaits nouveaux ou améliorés. Tourisme Nouveau-Brunswick joue un rôle de plus en plus important en permettant aux fournisseurs provinciaux de services touristiques, soit les exploitants d'établissements d'hébergement et de centres d'attraction, les sociétés de transports aérien et routier, les restaurants, etc., de vendre les services en question aux grossistes en voyage et aux voyagistes qui assistent aux expositions-voyages.

Les expositions-voyages auxquelles nous avons participé sont celles de l'American Bus Association, Rendez-vous Canada, l'Ontario Motor Coach Association, l'Institut des directeurs d'associations, l'Association des agents de voyages du Canada, divers clubs automobiles et la Semaine mondiale du Tourisme à Paris.

L'affaiblissement du marché touristique nord américain et la grande concurrence provenant de la foire mondiale de Knoxville ont entraîné une baisse de 10,1 % dans le nombre de nuitées en 1982. Malgré tout, le programme de promotion des voyages organisés a continué de porter fruit étant donné que le chiffre de 2238 nuitées enregistré en 1982 demeure de 90 % plus élevé que celui enregistré dans les statistiques recueillies il y a six ans, une extension du marché qui excède la croissance générale de l'industrie.

VOYAGES D'INFORMATION:

Afin de permettre la promotion de nouveaux voyages organisés et de forfaits, le ministère invite souvent les représentants de l'industrie touristique à venir au Nouveau-Brunswick pour constater et apprécier les services que la province met à la disposition des vacanciers.

Un total de 186 personnes, représentant des grossistes en voyage, des groupes de l'âge d'or, des conseillers de clubs automobiles, des agents de voyages et des journalistes venus des États-Unis, du Canada et d'Europe, ont bénéficié de voyages d'information au Nouveau-Brunswick.

Les clients éventuels provenaient des provinces de l'Atlantique, du Québec, de l'Ouest du Canada, du Connecticut, du Massachusetts, du Maine, du Texas, du sud-est des États-Unis, de France et d'Allemagne. Nous avons organisé un total de 15 voyages individuels.

PACKAGING PRODUCTS:

The development of special interest packages has become a market development priority of the Department. Vacation packages are those travel plans that allow the consumer to incorporate accommodation in addition to an activity or other vacation component.

Packages that have been developed range from the very simple weekend escape package to the special interest activities aimed at specific markets such as whale watching and winter snow frolics.

These packages were all developed through resident tour operators, wholesalers and group operators who will extend and service the package trade and create jobs for people in the province.

TRAVEL INDUSTRY MANUAL:

The Travel Industry Manual, in its old format, was discontinued this year. A "Group Planners Manual", which is an information piece for planning group tours to New Brunswick, and a "Special Interest and Adventure Packages Manual" for use at marketplaces like Rendez-Vous to sell special interest packages, will be available next year.

TORONTO INFORMATION OFFICE:

The Toronto office provides information for and responds to inquiries from potential visitors to New Brunswick on a day-to-day basis. During the year, 2,263 inquiries were serviced. The Toronto market manager also represented New Brunswick at a number of consumer travel shows in the area.

ATLANTIC CANADA TOURISM PROGRAM:

Developed to promote Atlantic Canada as a tourism destination and operated by the Departments of Tourism of all four Atlantic provinces and the Canadian Government Office of Tourism, the Atlantic Canada Tourism Program is in its seventh year of operation.

This year, Tourism Canada carried the Atlantic Canada message to the United States market by means of their own magazine and editorial campaign.

To supplement the expected increase in information requests, New Brunswick and Prince Edward Island ran a co operative mini-campaign in New England advertising their joint toll-free line.

Other marketing opportunities, like major market places in the United States and Canada, were again staffed by members of the Atlantic Canada marketing team.

FORFAITS:

La conception de forfait à caractère particulier a bénéficié d'un ordre de priorité commerciale élevé au sein du ministère. Il s'agit de plans de voyage qui permettent au vacancier à la fois de s'assurer d'un lieu d'hébergement et de s'adonner à une activité donnée ou de suivre un autre programme de son choix pendant ses vacances.

Les forfaits qui ont été créés s'échelonnent entre la très simple fin de semaine d'évasion aux activités d'un intérêt particulier visant certains marchés tels que l'observation des baleines et le spectacle des beautés de l'hiver.

Ces forfaits ont tous été organisés par l'entremise de voyagistes, grossistes et organisateurs de voyages en groupe de la province qui offrent et exécutent les forfaits et créent ainsi des emplois pour les résidents d'ici.

MANUEL DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE:

La publication de ce manuel, dans son ancienne forme, a été interrompue cette année. L'an prochain, nous publierons un manuel des planificateurs de voyages organisés, qui consiste en un document d'information pour la planification de voyages organisés au Nouveau-Brunswick, et un manuel sur les forfaits à caractère particulier et les forfaits d'aventure à l'usage des expositions-voyages telles que Rendez-vous pour vendre des forfaits à caractère particulier.

BUREAU D'INFORMATION DE TORONTO:

Le bureau de Toronto fournit au jour le jour des renseignements aux visiteurs éventuels du Nouveau-Brunswick. C'est ainsi qu'il a répondu à 2263 demandes cette année. Le responsable du marché a également représenté notre province à l'occasion d'un certain nombre d'expositions touristiques dans cette région.

PROGRAMME TOURISTIQUE DES PROVINCES DE L'ATLANTIQUE:

Conçu pour la promotion touristique des provinces de l'Atlantique et dirigé par les ministères du Tourisme des quatre provinces en question en collaboration avec l'Office de tourisme du Canada, le programme touristique des provinces de l'Atlantique en est à sa septième année d'existence.

Cette année, Tourisme Canada a transmis le message des provinces de l'Atlantique au marché des États-Unis par le biais de sa propre revue et de sa propre campagne de rédaction.

Pour répondre à la hausse prévue du nombre de demandes de renseignements, le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard ont entrepris conjointement une mini-campagne en Nouvelle-Angleterre pour faire connaître leur service téléphonique commun sans frais.

Quant aux autres moyens dans le domaine du marketing, des membres de l'équipe de marketing des provinces de l'Atlantique ont participé de nouveau à l'organisation d'expositions-voyages majeures aux États-Unis et au Canada.

EDITORIAL SERVICES:

One primary function of the editorial services section is to promote and create an awareness and image for the province as a vacation destination. This is done through the submission of promotional copy on the province and technical assistance to writers, editors and publishers.

While a large number of stories appearing on the province are produced independently by publications, many members of the media rely on the editorial services section for assistance. The section's staff was instrumental in obtaining half of the more than one million dollars worth of unpaid coverage given New Brunswick in the printed media during the year. The value is more than double that obtained during the previous year.

A total of 169 media inquiries, up from 150 in the previous year, made to the editorial services section by freelance writers, photographers, publishers and editors have resulted in the publication of 112 articles with an equivalent value of $156,686.73.

Twelve mailouts containing an average of four travel features in each were sent to 415 media organizations in Canada and the United States. Black and white photographs with complementary cutlines are included in the mailouts sent to media in publishing.

An equivalent value of space worth $153,380.62 was obtained through the publication of these travel features and there were 371 reprints. Photographs were used 281 times for an equivalent value of $129,920.44.

Continuous efforts are made to inform media interested in travel material of the assistance offered by the editorial services section. During the year, personal calls were made on 10 travel editors in large centres, while a total of 41 media guests, including writers, editors, photographers, radio or TV people, came to New Brunswick and were assisted by staff members. These visitors produced an equivalent value of $220,377.19 in printed material alone.

Some media guests came on their own initiative, others at the invitation of the department. Many of these writers, especially from the United States or abroad, came under the partial sponsorship of Tourism Canada's Visit Canada Program, VCP, and the Atlantic Canada Tourism Program, ACTP.

The tourism industry and municipalities have also assisted with media guests in the province because of the importance of the role these visitors play in the promotion of New Brunswick. Accommodations, restaurants and attractions have provided services or special rates as well as other welcoming gestures. Municipalities have also contributed with special tours or receptions of particular interest to the visitors.

SERVICES DE RÉDACTION:

Une des fonctions principales de la section des services de rédaction est de promouvoir la province en tant que lieu de vacances, ainsi que de sensibiliser le public à cette image en soumettant des textes descriptifs sur la province et en fournissant des conseils techniques aux chroniqueurs, rédacteurs et éditeurs de journaux.

Bien qu'un grand nombre des articles publiés sur la province soient rédigés indépendamment par des publications, de nombreux membres des médias font appel aux services de la section. Le personnel de la section a contribué à l'obtention de la moitié des reportages non payés d'une valeur de plus de un million de dollars que le Nouveau-Brunswick s'est vu octroyer dans les journaux au cours de l'année. Cette valeur a plus que double par rapport à celle de l'année précédente.

Des chroniqueurs, des photographes, des éditeurs de journaux et des rédacteurs à la pige ont présenté à la section des services de rédaction un total de 169 demandes, comparativement à 150 l'an dernier. C'est ainsi que 112 articles d'une valeur équivalente à 156 686,73 $ ont été publiés.

Douze circulaires renfermant chacune environ quatre articles consacrés au tourisme ont été adressées à 415 organismes journalistiques au Canada et aux États-Unis. Les trousses envoyées aux médias de l'édition comprennent des photographies en noir et blanc avec des légendes complémentaires.

Nous avons obtenu un espace d'une valeur de 153 380,62 $ par le biais de la publication de ces articles rédactionnels et nous avons fait 371 réimpressions. Les photographies ont été utilisées 281 fois pour une valeur équivalente à 129 920,44 $.

Nous avons continué de nous efforcer d'informer les médias qui s'intéressent aux documents touristiques de l'aide offerte par la section des services de rédaction. Au cours de l'année, nous avons communiqué avec dix rédacteurs de la scène touristique dans de grandes villes, tandis qu'un total de 41 journalistes invités, y compris des chroniqueurs, des rédacteurs, des photographes, des représentants de la radio et de la télévision, sont venus au Nouveau-Brunswick et ont fait appel aux services de fonctionnaires et d'employés. Ces visiteurs ont préparé des documents pour une valeur équivalente de 220 377,19 $.

Certains journalistes invités sont venus de leur propre initiative, d'autres sur l'invitation du ministère. Bon nombre de ces chroniqueurs, particulièrement ceux venant des États-Unis ou d'ailleurs, sont venus sous l'égide partielle du Programme «Visitons le Canada» (PVC) et du Programme touristique des provinces de l'Atlantique (PTPA).

L'industrie touristique et les municipalités ont également offert leur aide aux journalistes invités de la province en raison de l'importance du rôle que ces visiteurs jouent dans la promotion du Nouveau-Brunswick. Les établissements d'hébergement, les restaurants et les attractions ont offert des services de même que d'autres témoignages d'accueil. Les municipalités ont également contribué à l'organisation de réceptions ou de voyages spéciaux répondant aux intérêts particuliers des visiteurs.

PHOTO LIBRARY:

Approximately 5,000 new color transparencies and black and white negatives of provincial attractions and activities were added to the photo library during the year maintaining the collection at some 85,000 photographs of which 80 per cent are in color.

During the past year, the library has answered 2,673 requests for black and white photographs and color slides for various publications, television networks, displays and other promotional projects.

SPECIAL EVENTS:

The 1982-83 Calendar of Events listed the dates for 260 happenings in the province including annual and special events such as fairs, festivals and exhibitions. Also listed were arts and crafts, live summer theatre and major sporting events.

With the co-operation of the New Brunswick Information Service (N.B.I.S.) weekly details of the events were made available to the provincial media. The lists and details were also supplied to many regional, national and international publications. The list of contacts for special events was in great demand by other provincial and federal government departments, private business establishments and promoters of goods or services.

Complete details of all events were compiled for the department's toll-free telephone information service.

During the winter, daily ski reports were supplied to all media and once each week live telephone reports were given the New Brunswick network through C.B.C. Moncton and for all of Prince Edward Island through C.B.C. Charlottetown. The toll-free telephone service was also kept up-to-date with every change of conditions.

IN-PROVINCE AWARENESS CAMPAIGN:

A campaign to make New Brunswickers more aware of tourism as an industry was maintained during the year. In-province advertising through the medium of television, radio and newspapers or personal contact during mall displays proved highly successful in encouraging New Brunswickers to see and enjoy the many attractions offered in their own province.

SPECIAL PROJECTS:

Tourism New Brunswick participated in several special activities in its continuing program of promoting the province as an all-season tourist destination outside as well as inside the province.

PHOTOTHÈQUE:

La photothèque s'est enrichie dans l'année de quelque 5000 nouveaux négatifs noir et blanc et diapositives couleurs sur les attractions et les activités, ce qui a permis de maintenir la collection à environ 85 000 photos dont 80 % sont en couleurs.

Pendant l'année écoulée, la préposée à la photothèque a satisfait à 2673 demandes de photos noir et blanc ou de diapositives destinées à diverses publications, à des réseaux de télévision, à des expositions et à d'autres projets publicitaires.

ÉVÉNEMENT SPÉCIAUX:

Le calendrier des activités de 1982-1983 énumérait les dates de 260 evenements à se dérouler dans la province, dont les célébrations annuelles et spéciales telles que les foires, les festivals et les expositions. Il comprenait également une liste des activités artistiques et artisanales, des représentations théâtrales estivales et des épreuves sportives importantes.

Grâce à la collaboration du Service d'information du Nouveau-Brunswick (S.I.N.-B.), les médias de la province ont pu se procurer des détails sur les évenements chaque semaine. Les listes et les détails ont également été transmis à de nombreuses publications régionales, nationales et internationales. Un bon nombre d'autres ministères gouvernementaux provinciaux et fédéraux, d'établissements commerciaux privés et de publicitaires de biens ou de services ont demandé la liste des personnes à contacter pour les événements spéciaux.

Les détails complets de tous les évenements ont été recueillis pour notre réseau de communications interurbaines sans frais.

Tout au long de l'hiver, nous avons transmis chaque jour des renseignements sur le ski à tous les médias d'information et nous avons communiqué un rapport téléphonique hebdomadaire aux réseaux du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard par le truchement des réseaux provinciaux de Radio-Canada à Moncton et à Charlottetown. Les responsables du réseau de communications interurbaines sans frais ont également été mis au courant de tout changement de température.

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION:

La campagne de sensibilisation des Néo-Brunswickois au tourisme en tant qu'industrie a été maintenue cette année. La publicité faite à l'intérieur de la province par le biais de la télévision, la radio et les journaux, ainsi que les relations personnelles au cours des expositions dans des centres commerciaux, s'est avérée très réussie pour ce qui est d'encourager les Néo-Brunswickois à voir les nombreuses attractions offertes dans leur propre province, de même qu'à en profiter.

PROJETS SPÉCIAUX:

Tourisme Nouveau-Brunswick a participé à plusieurs activités spéciales dans le cadre de son programme suivi de promotion visant à présenter le Nouveau-Brunswick comme une zone touristique pendant les quatre saisons de l'année tant auprès des étrangers qu'auprès des résidents de la province.

Large New Brunswick Christmas trees for public display were presented to New England centres during special ceremonies.

The department combined its efforts with other government agencies for a joint promotion during :he Quebec Winter Carnival.

Le Nouveau-Brunswick a expédié des grands arbres de Noël dans des villes de la Nouvelle-Angleterre pour être présentés au public au cours de cérémonies spéciales.

Le ministère a uni ses efforts à ceux des autres organismes gouvernementaux pour la mise sur pied d'un programme de promotion conjoint pendant le Carnaval d'hiver de Québec.

TRAVEL INFORMATION SERVICES PROGRAM

This program involves the provision of directions and travel information about the province and includes literature production, inquiry processing and the operation of Tourist Information Centres.

INQUIRIES:

During the year, a total of 41,828 written inquiries from Canada and the U.S. were processed, with a personal letter, followed by a kit of travel literature. In most cases, the responses were mailed within 24 hours of receipt of the inquiry.

In August 1981 the Portland office was closed out and a toll-free office established in Calais, Maine, to serve all of continental U.S. The Calais office operated from April to mid-October and serviced 7,100 calls.

Telephone inquiries on the cross-Canada, toll-free system continued to increase and reached a total of 23,188 during the year.

The Province of Prince Edward Island shared in the operation of the toll-free systems from April to September 1982.

More than 1,200 automobile clubs, information centres and other travel counselling organizations were serviced with bulk shipments of New Brunswick travel literature and assistance to conventions being held within the Province was continued.

LITERATURE:

A new concept in travel printing was planned, written, designed and produced. This was the new Travel Guide. It combines information previously contained in five other brochures, booklets and pamphlets. Rather than produce a deluxe booklet as previously, a deluxe folder was produced as a companion piece to the Travel Guide. The four major pieces of printing, Travel Guide, deluxe folder, map and kit envelope were redesigned with one piece of theme art to form a travel kit with a stronger message. The kit envelope was printed on a new type of plastic laminated paper, the first time that this has been produced in Canada, to ensure that our message reaches its destination.

A new winter newspaper insert titled "Warm Up to Winter" was designed and produced.

GRAPHIC DESIGN:

Graphic design involved creation of tourist literature, organizing and supervising publicity and design themes for special projects such as mall displays and liaison with the many facets of the travel trade industry. Technical assistance was provided for municipal and privately-sponsored travel literature and promotional projects.

PROGRAMME DE SERVICES D'INFORMATION TOURISTIQUE

Ce programme a pour objet de fournir des renseignements touristiques sur la province; il comprend la publication de textes publicitaires, la réponse aux demandes de renseignement et l'exploitation des centres d'information touristique.

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS:

Cette année, nous avons répondu à un total de 41 828 demandes écrites de renseignements provenant du Canada et des États-Unis par une lettre personnelle accompagnée d'une trousse de documentation touristique. Dans la plupart des cas, les réponses ont été postées dans les 24 heures qui ont suivi la réception de la demande.

En août 1981, le bureau de Portland a fermé ses portes et nous avons mis sur pied un réseau téléphonique sans frais à Calais au Maine afin de desservir tous les états continentaux des États-Unis. Le bureau de Calais a été ouvert du mois d'avril à la mi-octobre et il a répondu à 7100 appels.

Le nombre d'appels téléphoniques sans frais a continué d'augmenter et il a atteint un total de 23 188 cette année.

Du mois d'avril au mois de septembre 1982, la province de l'Île-du-Prince-Édouard a partagé l'exploitation des réseaux téléphoniques sans frais.

Nous avons expédié de la documentation sur le tourisme au Nouveau-Brunswick à plus de 1200 clubs automobiles, centres d'information et autres organismes qui dispensent des services de consultation et nous avons continué à aider les organisateurs de congrès tenus dans la province.

PUBLICATION:

Un nouveau concept dans le domaine de l'impression de textes touristiques a été conçu, élaboré et réalisé. Il s'agit du nouveau Guide touristique. Ce guide renferme des renseignements que l'on retrouvait auparavant dans cinq autres brochures. Au lieu de concevoir une brochure de luxe comme auparavant, nous avons préparé un dépliant tout en couleurs à titre de document complémentaire du Guide touristique. Les quatre documents principaux, le Guide touristique, le dépliant en couleurs, la carte et l'enveloppe, ont été reconçus avec une illustration thème afin de produire une trousse de voyage transmettant un message bien orienté. L'enveloppe a été imprimée sur un nouveau genre de papier contrecollé, la première expérience de ce genre au Canada, afin de nous assurer que notre message atteigne sa destination.

Un nouvel encart hivernal de journaux intitulé «L'hiver, ça se réchauffe» a été conçu et produit.

ARTS GRAPHIQUES:

La section des arts graphiques s'est occupée de la conception de la documentation touristique, de l'organisation et de la surveillance de la publicité et de la définition des thèmes pour des projets spéciaux tels que des expositions dans des centres commerciaux; elle a également assuré la liaison avec les nombreuses composantes de l'industrie touristique. Par ailleurs, la section des arts graphiques a apporté son concours sur le plan technique à la préparation de la documentation touristique et des projets publicitaires entrepris par les municipalités et le secteur privé.

TOURIST INFORMATION CENTRES:

Approximately $650,000 of provincial funds was spent on tourist information centres. Three new facilities were opened for public use, supplementing the existing system of centres; on Route 1 just west of Saint John, on Route 1 at St. Andrews, and on Deer Island. Both the Saint John and St. Andrews tourist information centres offer rest area facilities.

The new Saint John tourist centre replaces one that has been turned over to the city administration, while in St. Andrews the new building replaces an old structure. The new Tourist Information Centre constructed on Deer Island is being operated by the Deer Island Chamber of Commerce.

Upgrading of existing centres took place at Moncton and Woodstock. A contract was also awarded for the construction of a new centre on Route 11, south of Chatham, which is expected to open in 1983.

The number of visitors using the fourteen provincial Tourist Information Centres was 454,562, an increase of 11 per cent over the previous year.

A counsellors' training seminar was held in Saint John for staff employed by 14 provincial and 26 municipal Tourist Information Centres. The seminar included training for 110 counsellors in communication skills, public relations, role of the Tourist Information Centre counsellor, tourist attractions and events in New Brunswick.

District tourism staff conducted mini-tours for provincial Tourist Information Centre staff in order to familiarize them with attractions in the region in which they worked.

The department kept all municipal Tourist Information Centres supplied with tourism literature and provided assistance as required.

Departmental staff held meetings with all municipal Tourist Information Centre sponsors, assisting and advising them in planning the operation of their Tourist Information Centres.

Dial-A-Nite, a free reservations system provided at all provincial Tourist Information Centres, Kings Landing, Acadian Historical Village and promotion branch, was used on 21,620 occasions, down 16 per cent over the previous year.

A private firm, Blue Water Currency Exchange Ltd., in conjunction with the Department of Tourism, operated a currency exchange booth at Woodstock and St. Stephen Tourist Information Centres.

Site development was substantially completed for the Chatham Tourist Information Centre.

CENTRES D'INFORMATION TOURISTIQUE:

Environ 650 000 $ de fonds provinciaux ont été consacrés aux centres d'information touristique. Le ministère a inauguré trois nouveaux centres à l'usage du public dans le cadre du système actuel, un sur la route 1 juste à l'ouest de Saint John, un sur la route 1 à St. Andrews et un sur l'île Deer. Les centres d'information touristique de Saint John et de St. Andrews offrent des haltes routières.

Le nouveau centre d'information touristique de Saint John remplace celui qui a été rendu aux autorités municipales, tandis que celui de St. Andrews remplace un vieux bâtiment. La Chambre de commerce de l'île Deer exploite le nouveau centre d'information touristique construit sur l'île.

Les centres actuels de Moncton et de Woodstock ont été rénovés. Un contrat a également été accordé pour la construction d'un nouveau centre sur la route 11, au sud de Chatham, qui devrait être inauguré en 1983.

Le nombre de personnes ayant rendu visite aux 14 centres d'information touristique de la province s'est élevé à 454 562, soit une augmentation de 11 % par rapport à l'année précédente.

Un atelier de formation de conseillers a été organisé à Saint John à l'intention des employés des 14 centres provinciaux et des 26 centres municipaux d'information touristique. Cet atelier a porté sur la formation de 110 conseillers en ce qui touche la communication, les compétences, les relations publiques, le rôle du conseiller du centre d'information touristique, les centres d'attraction et les événements touristiques au Nouveau-Brunswick.

Le personnel de district du ministère a organisé des mini-tournées à l'intention des employés des centres provinciaux d'information touristique en vue de les familiariser avec les attractions offertes par la région où ils exerçaient leurs fonctions.

Le ministère a fourni une ample provision de brochures touristiques à tous les centres municipaux d'information touristique et leur a apporté son aide au besoin.

Nos fonctionnaires ont eu des réunions avec tous les organisateurs de ces centres et les ont aidés et conseillés en matière de planification.

Télé-réservation, un service de réservation gratuite offert par tous les centres provinciaux d'information touristique ainsi qu'à Kings Landing, au Village Historique Acadien et à la Direction de la promotion, a été utilisé à 21 620 reprises, ce qui représente une baisse de 16 % par rapport à l'année précédente.

Une compagnie privée, Blue Water Currency Exchange Ltd., en collaboration avec le ministère du Tourisme, a tenu un kiosque de change aux centres d'information touristique de Woodstock et de St. Stephen.

Une grande partie des travaux d'aménagement pour la construction du centre d'information touristique de Chatham ont été achevés.

PROVINCIAL PARKS PROGRAM

The department operated and maintained 57 parks within the provincial parks system. Six parks were operated by private individuals under concession agreement. Facilities operated included 2,464 campsites, 2,348 picnic sites, 31 beaches, a ski hill and two golf courses. The total area of these parks was 21,695 hectares (53,558 acres). The department also had several park reserves with an area of 1,003 hectares (2,479 acres).

VISITOR ATTENDANCE:

Camper attendance at provincial parks was 301,100, a decrease of 2.0 per cent over 1981. Total visitor attendance was 2,488,552, a 1.7 per cent decrease from the previous year.

PROGRAMS - SUMMER:

Twelve provincial parks featured recreation areas with play equipment. Three of these offered programs of organized activities for people staying in parks.

Nine provincial parks provided supervised swimming areas for over 467,864 visitors. This included one provincial park providing supervised swimming in conjunction with the operation of a heated swimming pool.

Interpretive programs were operated in two provincial parks; Mactaquac and New River Beach.

Attendance at organized nature walks and talks, as well as those who experienced the nature trails on their own, totalled 18,861.

The 18-hole golf course at Mactaquac Provincial Park had 22,244 rounds of golf played in 1982, an increase of 2.6 per cent, averaging 139 players per day.

Herring Cove Provincial Park's 9-hole golf course on Campobello Island had 5,877 rounds of golf played in 1982, averaging 38 players per day.

Two provincial parks operated on a year-round basis, Mactaquac and Sugarloaf.

PROGRAMS - WINTER:

Winter activities at Mactaquac and Sugarloaf Provincial Parks included cross-country skiing, snowshoeing, snowmobiling, skating, sleigh rides and tobogganing. At Sugarloaf, 37,496 skiers used the ski hill in 1982. Various alpine and cross-country races were held in these parks.

Staff assisted in numerous special activities at provincial parks including Mactaquac Handcraft Festival, Mactaquac Lake Big Bass Tournament, alpine and cross-country ski races, Pepsi-Cola volleyball match at Parlee Beach Provincial Park, etc.

PROGRAMME DES PARCS PROVINCIAUX

Le ministère a assuré l'exploitation et l'entretien de 57 parcs provinciaux. Six parcs étaient exploités par des particuliers dans le cadre d'un programme de concessions. Les parcs provinciaux comprennent 2464 emplacements de camping, 2348 emplacements de pique-nique, 31 plages, une pente de ski et deux terrains de golf. Ces parcs couvrent une superficie de 21 695 hectares (53 558 acres). Le ministère s'est également chargé de plusieurs réserves d'une superficie de 1003 hectares (2479 acres).

NOMBRE DE VISITEURS:

Le nombre de campeurs dans les parcs provinciaux s'est élevé à 301 100, soit une diminution de 2 pour cent par rapport à 1981. Le nombre total de visiteurs a été de 2 488 552, soit une baisse de 1,7 pour cent par rapport à l'année précédente.

PROGRAMMES - ÉTÉ:

Douze parcs provinciaux offraient des aires de loisirs dotées de matériel récréatif. Trois parcs ont présenté des programmes d'activités organisés à l'intention de leurs campeurs.

Neuf parcs provinciaux ont offert des aires de natation surveillées à plus de 467 864 visiteurs. Un parc offrait un service de sauveteurs dans une piscine chauffée.

Les programmes d'interprétation de la nature ont été donnés dans deux parcs provinciaux: ceux de Mactaquac et de New River Beach.

Les participants aux excursions et aux exposés sur la nature ainsi qu'aux promenades individuelles dans les sentiers ont atteint un total de 18 861.

Le parcours de golf de 18 trous du parc provincial Mactaquac a été le théâtre de 22 244 tours de golf en 1982, soit une augmentation de 2,6 pour cent pour une moyenne de 139 joueurs par jour.

Quant au parcours de golf de 9 trous du parc provincial Herring Cove sur l'île de Campobello, il a accueilli en 1982 une moyenne de 38 joueurs par jour qui ont joué 5877 tours de golf.

Les parcs provinciaux Mactaquac et Sugarloaf sont restés ouverts toute l'année.

PROGRAMMES - HIVER:

Les activités d'hiver dans les parc provinciaux Mactaquac et Sugarloaf comprenaient le ski de randonnée, la raquette, la motoneige, le patinage, les promenades en traîneau et la luge. Au parc Sugarloaf, 37 496 visiteurs ont emprunté la pente de ski en 1982. Diverses compétitions de ski alpin et de ski de randonnée ont été organisées dans ces parcs.

Le personnel du ministère a participé à l'organisation de nombreuses activités spéciales aux parcs provinciaux, y compris le Festival d'artisanat de Mactaquac, le Tournoi de pêche à l'achigan de Mactaquac, des épreuves de ski alpin et de ski de randonnée, un match de volley-ball commandité par Pepsi-Cola au parc provincial de la plage Parlee, etc.

PUBLIC RELATIONS AND LAW ENFORCEMENT:

Provincial park staff dealt with a total of 321 occurrences involving vandalism, rowdyism, theft, break, enter, disturbing the peace, motor vehicle accidents and violations of the Parks Act, Fish and Wildlife Act and the Liquor Control Act during the past year. This represents a decrease of 10 per cent over 1981. The cost of vandalism and theft of department property in 1982 has decreased slightly over 1981. The total reported costs were $24,675, a decrease of $1,525.

The department is continuing with its public relations and law enforcement program and the training of park warden staff to deal with incidents and to assist park users.

PARK DEVELOPMENT AND MAINTENANCE:

The Provincial Park Development Program encompasses the planning, design and construction of new park facilities, and the upgrading of present facilities, utilizing both provincial funds and those cost-shared with the Federal Government. Approximately $4,000,000 was spent in this program of which $1,800,000 was cost-shared under various subagreements.

Major development projects took place at the following locations: at Sugarloaf Provincial Park work began on the installation of an Alpine Slide. Components were purchased directly from the manufacturer and a contract for installation awarded separately. When complete in 1984 the slide will be 850 meters in length.

At Chaleur Provincial Park, the development of Eel River Bar began in the fall of 1982 and calls for relocation of the highway and construction of a fully-serviced beach facility.

At Woolastook Provincial Park, a contract for the construction of campground services was completed. Also, roads and sites were built, electrical service was brought to the site.

At Mount Carleton Provincial Park, work began under contract for a 66-unit campground situated near the mouth of Armstrong Brook. This cost-shared contract includes development of roads, sites, kitchen shelter, and sanitary facilities.

Major upgrading work took place at many other parks as well. At Herring Cove Provincial Park a glass deck enclosure on the lodge and a golf cart storage building were completed.

At New River Beach Provincial Park two new sewage treatment plants were constructed and a maintenance compound cleared, graded and fenced. Work also began on enlarging the day-use area parking lots and on site drainage installation.

A new modern canteen building was constructed at Oak Bay Provincial Park and the aging older facility removed.

The interior finishes for the maintenance building at Parlee Beach Provincial Park were completed including mechanical and electrical services. A new compound fence and storage yard were completed as well.

RELATIONS PUBLIQUES ET MAINTIEN DE L'ORDRE:

Au cours de l'année écoulée, le personnel des parcs provinciaux a dû s'occuper de 321 incidents de toutes sortes: actes de vandalisme, chahut, cambriolages, atteintes à l'ordre public, accidents routiers et violation de la Loi sur les parcs, de la Loi sur la pêche sportive et la chasse et de la Loi sur la réglementation des alcools. Ce chiffre représente une diminution de 10 pour cent par rapport à 1981. Le coût du vandalisme et du vol des biens du ministère en 1982 a légèrement diminué comparativement à 1981. En effet, le coût des pertes signalées s'est élevé à 24 675 $, ce qui représente une diminution de près de 1525 $.

Le ministère poursuit son programme de relations publiques et de maintien de l'ordre ainsi que la formation des gardiens de parcs en vue de faire face à ces incidents et d'aider les usagers.

AMÉNAGEMENT ET ENTRETIEN DES PARCS:

Le programme d'aménagement des parcs provinciaux comprend la planification, la conception et la construction de nouvelles installations touristiques ainsi que la rénovation des installations actuelles en utilisant les fonds qui proviennent des gouvernements provincial et fédéral. Environ 4 000 000 $ ont été dépensés dans le cadre de ce programme, dont 1 800 000 $ ont été partagés en vertu des diverses ententes auxiliaires.

Les principaux travaux d'aménagement effectués ont été dans les parcs suivants: au parc provincial Sugarloaf, les travaux d'installation d'une glissoire alpine ont débuté. Le matériel a été acheté directement du manufacturier et un contrat pour l'installation a été accordé séparément. Lorsqu'elle sera terminée en 1984, la glissoire mesurera 850 mètres de long.

Au parc provincial Chaleur, l'aménagement de la barre de Eel River a débuté à l'automne 1982 et a nécessité le déplacement de la route et l'aménagement d'une plage viabilisée.

Au parc provincial de Woolastook, un contrat pour la construction d'un terrain de camping a été achevé. De plus, des chemins et des emplacements ont été construits et l'électricité a été posée.

Au parc provincial du mont Carleton, on a entrepris des travaux par contrat pour la construction d'un terrain de camping comprenant 66 emplacements, tout près de l'embouchure du ruisseau Armstrong. Ce contrat basé sur un partage des coûts comprend l'aménagement de chemins, d'emplacements, d'abris pour cuisine et d'installations sanitaires.

Dans nombre d'autres parcs provinciaux également, on a procédé à de gros travaux d'amélioration. Au parc provincial Herring Cove, une galerie vitrée pour le chalet et un entrepôt de chariots de golf ont été construits.

Au parc provincial de New River Beach, deux nouvelles usines de traitement des eaux d'égout ont été construites et une enceinte d'entretien a été défrichée, nivelée et clôturée. Des travaux ont également été entrepris pour accroître le taux d'utilisation quotidien des parcs de stationnement et des installations de drainage de l'emplacement.

Une nouvelle cantine moderne a été construite au parc provincial de Oak Bay et le vieux bâtiment a été détruit.

Work began on the construction of a new entrance kiosk at Sugarloaf Park. This facility, when complete, will house security personnel and security protection equipment as well as provide traffic and visitor control.

At Mactaquac Provincial Park a comfort station was modernized and upgraded to include facilites and access for the handicapped. Two campsites were also specially prepared to assist the handicapped.

A comfort station at Grand Lake Provincial Park was renovated to include shower facilities for this high-use park. Armour stone was placed along the causeway to Middle Island Provincial Park to protect it from tide and erosion.

Electrical hookups were installed at Lake George Provincial Park to provide additional serviced campsites. A group picnic shelter was constructed at Les Jardins de la Republique Provincial Park to provide facilities for family and other group picnics in the day-use area.

At Sugarloaf Provincial Park the safety circuits for the T-bar were replaced with a modern system complete with monitoring equipment. At The Rocks Provincial Park the area at the head of the stairs and around the restaurant was landscaped.

Road preparation and or chipseal work was completed at the following provincial parks: Sugarloaf, Youghall Beach, Kedgwick, Caraquet, Shippagan, Greystone, The Enclosure, Middle Island, New River Beach, Mactaquac, Frontière, and Neguac. There were capital monies spent on small items in the upgrading programs for twenty-four other parks.

PLANNING AND DESIGN:

Planning and design efforts focused upon development of new facilities and improvements to existing ones. Plans were prepared for one new park, a rest area viewing point at Pokeshaw.

Upgrading and improvements to existing facilities were designed for Jardine, Anchorage on Grand Manan Island, Spednic Lake, Lac Baker and Mactaquac Provincial Parks.

Preliminary studies and feasibility studies were conducted on proposals for a Rest Area System Plan, a ski hill in Charlotte County, beach development at Buctouche Bar and Cocagne Island, an improved boat ramp at Beresford, a beach development in Cap-Pelé, a golf course and associated facilities in Memramcook and numerous other projects of a lesser nature.

Les finitions intérieures du bâtiment d'entretien du parc provincial de la plage Parlee sont terminées, y compris les services de distribution électrique et mécanique. Un nouveau dépôt a également été construit et une clôture neuve installée autour de l'aire de services.

On a également entrepris des travaux de construction d'un nouveau kiosque d'entrée au parc Sugarloaf. Cette installation, lorsqu'elle sera terminée, abritera le personnel de sécurité et le matériel de protection, de même que le personnel chargé du contrôle de la circulation et du nombre de visiteurs.

Au parc provincial Mactaquac, les toilettes ont été modernisées pour comprendre des installations accessibles aux personnes handicapées. Deux emplacements de camping ont également été préparés spécialement pour accommoder les personnes handicapées.

Les toilettes du parc provincial de Grand Lake ont éte rénovées et des douches y ont été installées en raison du haut taux d'utilisation de ce parc. Des pierres de revêtement ont été placées le long de la chaussée menant au parc provincial de l'île Middle afin de la protéger contre la marée et l'érosion.

Des relais électriques ont été installés au parc provincial du lac George afin de permettre la mise en service d'autres emplacements équipés. Une tente pique-nique de groupe a été aménagée au parc provincial Les Jardins de la République afin d'accommoder les familles et les autres groupes de pique-niqueurs utilisant les services de jours.

Au parc provincial Sugarloaf, les circuits de sécurité du télé-ski ont été remplacés par un système moderne muni de dispositifs de contrôle. Au parc provincial The Rocks, l'aire au faîte de l'escalier et autour du restaurant a été aménagée.

La préparation de chemins et/ou les travaux de revêtement de pierres concassés bituminées ont été achevés aux parcs provinciaux suivants: Sugarloaf, Youghall Beach, Kedgwick, Caraquet, Shippagan, Greystone, The Enclosure, île Middle, New River Beach, Mactaquac, Frontière et Néguac. Des capitaux engagés ont été consacrés à de petits travaux dans le cadre des programmes d'amélioration de vingt-quatre autres parcs.

PLANIFICATION ET CONCEPTION:

Les efforts de planification et de conception ont tourné autour de l'aménagement de nouvelles installations et de l'amélioration des installations existantes. Des plans ont été préparés pour un nouveau parc, une halte routière/un lieu d'observation à Pokeshaw.

Des projets d'amélioration des installations existantes ont été conçus pour les parcs provinciaux suivants: Jardine, Anchorage sur l'île Grand Manan, lac Spednic, Lac-Baker et Mactaquac.

Des études préliminaires et des études de faisabilité ont été entreprises concernant les projets suivants: un réseau d'haltes routières, une pente de ski dans le comté de Charlotte, l'aménagement d'une plage à Bouctouche Bar et l'île Cocagne, une rampe de mise à l'eau améliorée à Beresford, l'aménagement d'une plage à Cap-Pelé, un parcours de golf et les installations correspondantes à Memramcook, ainsi qu'un bon nombre d'autres projets de moindre importance.

TOURIST INDUSTRY DEVELOPMENT PROGRAM

All tourist accommodations in the province are licensed and regularly inspected in accordance with the Tourism Development Act and Regulations. Follow-up inspections are carried out, as required, to ensure adherence to the legislation. Accommodation inspector training programs are conducted annually. Data on accommodations was gathered and published in the Travel Guide.

The following table outlines the types of licensed accommodations and number of units available:

Type of Accommodation	No. of Establishments	No. of Units
Hotel/Motel/Cabins Tourist Homes	321	8,374
Campgrounds (Provincial)	30	2,464
Campgrounds (Private)	118	9,825
Campgrounds (Federal)	7	1,046
Outfitters	85	376
Farm Vacations	33	119
Bed & Breakfast (new for 1983, licensed in 1982)	25	75
TOTAL (1981-82)	619	22,279

The drop in the number of establishments was 29 or 4.5 per cent. The number of units available decreased by 133 during the same period.

A number of smaller establishments ceased operation while major expansions were made by larger operators.

TECHNICAL ASSISTANCE:

Technical advice was offered to the public to assist in park and tourism development. Such service was provided to the following:

Town of Tracadie, Lac Baker liaison committee, Village of Doaktown, Village of Nelson-Miramichi and numerous private individuals and firms.

ANTI-LITTER PROGRAM:

The program's advertising and promotion continued in the same concept as used in 1981. Preliminary field work was completed for the production of updated television commercials.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Tous les établissements touristiques sont tenus d'obtenir un permis et ils sont inspectés régulièrement conformément à la Loi et aux règlements sur le développement du tourisme. Des inspections de contrôle sont effectuées, selon les règlements, en vue d'assurer le respect de la législation. Des programmes de formation d'inspecteurs d'établissements touristiques sont réalisés chaque année. Des données sur les gîtes touristiques ont été recueillies et publiées dans le Guide touristique.

Le tableau ci-dessous indique les divers genres d'hébergement détenteurs d'un permis et le nombre d'unités de logement:

Genre d'hébergement	Nombre d'établissements	Nombre d'unités
Hôtels/Motels/Cabines Maisons de chambres pour touristes	321	8 374
Terrains de camping (provinciaux)	30	2 464
Terrains de camping (privés)	118	9 825
Terrains de camping (fédéraux)	7	1 046
Pourvoyeurs	85	376
Fermes de vacances	33	119
Gîtes du passant (nouveau pour 1983, permis reçu en 1982)	25	75
TOTAL (1981-1982)	619	22 279

La baisse du nombre d'établissements a été de 29 ou 4,5 pour cent. Le nombre d'unités disponibles a diminué de 133 pendant la même période.

Un certain nombre de petits établissements ont fermé leurs portes alors que les grands établissements ont bénéficié d'une importante extension.

SERVICE TECHNIQUE:

Nous avons fourni au public des conseils techniques sur le développement des parcs et du tourisme. Les bénéficiaires de ce service ont été les suivants:

La ville de Tracadie, le comité de liaison de Lac-Baker, le village de Doaktown, le village de Nelson-Miramichi et bon nombre de particuliers et de firmes.

PROGRAMME «GUERRE AUX DÉCHETS»:

La promotion du programme s'est poursuivie selon le même concept que celui utilisé en 1981. Les travaux de recherche préliminaires pour la production d'annonces télévisées mises à jour ont été achevés.

The educational aspect of the program continued to expand through the purchase of additional prints of the Anti-Litter film which were deposited along with the slide presentation at the Audio-Visual Section of the Department of Education.

The highway litter survey was continued in the same areas that had been collected in the previous year. The results determined the amount of litter that accumulated along a specific section, during a one-year period.

The overall program again had the co-operation and support of other government departments, most municipalities and several local community organizations.

OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY PROGRAM:

Treasury Board Minute 81-279 charged all provincial departments and agencies with the responsibility for implementing and maintaining occupational health and safety programs appropriate to organizational occupational and employee needs.

In conjunction with this directive, the Field Operations Branch conducted health and safety inspections at all provincial parks and Tourist Information Centers. The results of the inspections indicated that there is a definite need for more emphasis and training placed on occupational health and safety.

POLICY PLANNING:

Over the past year, this section performed a co-ordinating role in three sub-agreements under the General Development Agreement.

a) Developing Regions: Grand Falls gorge development, Plaster Rock campground and recreation area, Black's Harbour park project.

b) Northeast: Sugarloaf Provincial Park summer slide, Eel River Bar development, Bertrand Campground Expansion Feasibility Study, Mount Carleton Provincial Park campground development, Guidebooks and Signs project, Tourism Organizational Seminars, Tourboat Operation at Bas-Caraquet, Pokeshaw Panoramic Site, Village du Pêcheur, Caraquet.

c) Planning: Miramichi Region development plan and Mount Farlagne expansion study.

Grand Falls Gorge Development - construction continues on the Falls View Reception Center and on the Centennial Park contract. On the basis of proposals received, two firms were selected to do the topographic model and the interpretive displays.

During the past year, the following projects were completed: Plaster Rock Park Project, Bertrand Campground Expansion Feasibility Study, Tourism Organizational Seminars, Tourboat Operation at Bas-Caraquet, the Miramichi Region Tourism Plan, Guidebooks for the Restigouche and Peninsula, and the Mount Farlagne Expansion Study.

L'aspect éducatif du programme a continué de prendre de l'ampleur grâce à l'achat d'autres épreuves du film «Guerre aux déchets» qui ont été déposées avec une série de diapositives au service audio-visuel du ministère de l'Éducation.

Nous avons poursuivi notre enquête sur les déchets le long d'une route dans les mêmes régions que celles de l'an dernier. Les résultats ont permis de déterminer la quantité de déchets qui s'accumulent le long d'une zone particulière dans une période d'un an.

L'ensemble du programme a bénéficié encore une fois de la collaboration et de l'aide des autres ministères, de la plupart des municipalités et de plusieurs organismes communautaires locaux.

PROGRAMME DE SANTÉ ET DE SÉCURITÉ AU TRAVAIL:

Le projet 81-279 du Conseil du Trésor obligeait tous les ministères et les organismes de la province à instaurer et à maintenir des programmes de santé et de sécurité au travail appropriés au travail de l'organisation et répondant aux besoins des employés.

En accord avec cette directive, la Direction des services locaux a effectué les inspections relatives à la santé et à la sécurité dans tous les parcs provinciaux et les centres d'information touristique. Les résultats de ces inspections ont indiqué qu'il était nécessaire d'accorder plus d'importance à la santé et la sécurité au travail, ainsi qu'à la formation dans ce domaine.

ÉLABORATION DES PROGRAMMES:

Pendant l'année écoulée, cette section a joué un rôle de coordination dans le cadre des trois ententes auxiliaires rattachées à l'Entente générale de développement, à savoir:

a) Régions en voie de développement: aménagement des gorges de Grand-Sault, terrains de camping et aires de loisirs de Plaster Rock, projet d'aménagement d'un parc à Blacks Harbour.

b) Nord-Est: Glissoire d'été du parc provincial Sugarloaf, aménagement de la barre de Eel River, étude de faisabilité de l'agrandissement du terrain de camping de Bertrand, aménagement d'un terrain de camping au parc provincial du mont Carleton, panneaux et brochures touristiques, colloque d'organisation touristique, mise en service d'un bateau touristique à Bas-Caraquet, lieu panoramique à Pokeshaw, Village du pêcheur de Caraquet.

c) Planification: plan d'aménagement de la région de la Miramichi et étude d'agrandissement du parc du mont Farlagne.

Pour ce qui est de l'aménagement des gorges de Grand-Sault, les travaux de construction se sont poursuivis pour le centre d'accueil du lieu d'observation des chutes et dans le cadre du contrat du parc du Centenaire. D'après les propositions reçues, deux firmes ont été choisies pour préparer le modèle topographique et les expositions interprétatives.

Au cours de l'année écoulée, les projets suivants ont été terminés: le projet de construction d'un parc à Plaster

Black's Harbour Park Project - work continues on site, including site grading, filling and hydrolic seeding and construction of facilities.

Sugarloaf Provincial Park Summer Slide - during the winter, slide components were purchased and delivered to site.

Pokeshaw Panoramic Site - a total of 5.4 acres is now available for development.

Eel River Bar Development - work progressed on site, including excavation, installation of gravel base and construction of culverts.

Mount Carleton Provincial Park Campground Development - site development for the campground has been completed, including internal roads, sixty sites and facilities.

Village du Pêcheur, Caraquet - terms of reference drawn up; proposals solicited from consultants.

A new $2.2 million Unemployment Insurance Job Creation Program was approved and initiated. A total of 23 different private and public tourism projects were carried out under the program.

Five student employment projects were implemented under the Summer Canada Student Employment Program.

The Branch prepared a draft of the Park System Plan and proposed policy on the Destination Area Development Program. Staff also provided input on the East Coast Beach Development, Manpower Training Strategy and the Saint John Bicentennial submission.

The 1983-84 Market Plan was co-ordinated and completed in co-operation with the Marketing Branch. Staff also assisted Promotion Branch in a number of areas, such as preparing a newspaper and a magazine tourism insert.

Co-ordination and staffing assistance were provided to a number of municipalities, entrepreneurs, various branches of government and specifically the Department of Historical and Cultural Resources in the co-ordinating of marketing and promotion programs.

Rock, l'étude de faisabilité de l'agrandissement du terrain de camping de Bertrand, des colloques d'organisation touristique, la mise en service d'un bateau touristique à Bas-Caraquet, le plan touristique de la région de la Miramichi, des brochures touristiques pour la région de la Restigouche et la Péninsule, ainsi que l'étude d'agrandissement du mont Farlagne.

Pour ce qui est du projet de construction d'un parc à Blacks Harbour, les travaux se poursuivent sur les lieux, y compris le défrichage, le nivelage et l'ensemencement hydraulique du terrain, de même que la construction des installations.

Quant à la glissoire d'été du parc provincial Sugarloaf, les parties de la glissoire ont été achetées et livrées au parc au cours de l'hiver.

Pour ce qui est du site panoramique de Pokeshaw, nous avons maintenant une surface totale de 5,4 acres à aménager.

Quant à l'aménagement de la barre de Eel River, les travaux se sont poursuivis, y compris le creusage, l'installation d'une base de gravier et la construction de ponceaux.

En ce qui a trait à la construction d'un terrain de camping au parc provincial du mont Carleton, l'aménagement du site a été terminé, y compris la construction de chemins internes, de soixante emplacements et des installations.

Quant au Village du pêcheur de Caraquet, la délimitation du sujet a été effectuée; les experts-conseils ont été invités à présenter des propositions.

Un nouveau programme de création d'emplois de l'assurance chômage d'une valeur de 2,2 millions de dollars a été approuvé et mis sur pied. Un total de 23 différents projets touristiques privés et publics ont été réalisés dans le cadre de ce programme.

En vertu du Programme canadien d'emploi des étudiants, cinq projets de recrutement d'étudiants ont été exécutés.

La Direction a préparé une ébauche du plan du réseau de parcs et elle a proposé une politique sur le Programme de promotion des zones touristiques. Le personnel a également contribué à l'établissement des projets suivants: l'aménagement de la plage sur la côte est, la stratégie de formation de la main-d'oeuvre et le Bicentenaire de Saint John.

Le programme de marketing de 1983-1984 a été coordonné et terminé en collaboration avec la Direction du marketing. Le personnel a également aidé la Direction de la promotion dans un certain nombre de domaines, tels que la préparation d'un encart touristique pour journaux.

Un certain nombre de municipalités et d'entrepreneurs, divers services gouvernementaux et notamment le ministère des Ressources historiques et culturelles ont bénéficié de la coordination et de la dotation en personnel assurées par la section pour la coordination des programmes de marketing et de promotion.

RESEARCH AND EVALUATION:

Research studies continued to monitor the strength of the New Brunswick travel industry and to provide management information through special studies and program evaluations.

a) Industry Revenues:

A 13.9 per cent increase in total revenues in 1982 brought tourist industry performance to $330 million marking the first time that sales have surpassed the $300 million level. The 4 million visitors to the province included 1.7 million who stayed at least one night.

Special reviews of the tourism industry identified that New Brunswick was one of the few provinces to have a net surplus in the travel account. In 1982 the surplus tourist revenues by non-residents of $187.8 million exceeded expenditures by residents by a total of $49.5 million.

Within the provincial economy it was observed that the $330 million of total sales ranked third behind manufacturing and mineral production in total value of goods and services sold.

An examination of the gross domestic product compared the industry to other goods-producing industries for the year 1980. In this instance only the food service and accommodation sectors of the industry produced $130.5 million of services placing the industry behind manufacturing, construction and power and utilities but ahead of forestry, agriculture and fisheries.

b) Monitoring/Evaluation:

The monitoring of various aspects of the industry was conducted on a regular basis including the monthly accommodation occupancy program, travel information centre visitation and changes in the supply of accommodation facilities. Special research activities undertaken include:

- a pilot project in the monitoring of private sector campground occupancy
- follow-up evaluation of summer advertising
- investigation of travel inquiries and conversion rates
- review of the rating of New Brunswick trips by tourists
- response to research information inquiries from the private sector and other government agencies.

As an example of the findings of such specialized projects it is reported that more than 85 per cent of visitors gave a trip to New Brunswick a good or excellent rating. Forty-seven per cent of American visitors gave their visit to the province an excellent rating.

c) Motorcoach and Group Tours:

After a six year period of uninterrupted growth, exceeding 100 per cent, the motorcoach market experienced a decrease of 10 per cent from the previous year. It is believed

RECHERCHE ET ÉVALUATION:

Les recherches ont continué de porter sur le contrôle de la force de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick et l'apport d'information en matière de gestion grâce à des études spéciales et des évaluations de programme.

a) Revenus de l'industrie:

Les revenus totaux ont augmenté de 13,9 pour cent en 1982, ce qui a amené le rendement de l'industrie touristique à 330 millions de dollars; ce rendement n'avait jamais dépassé les 300 millions de dollars auparavant. Le nombre de visiteurs s'est élevé à 4 millions de personnes dont 1,7 million ont séjourné au moins une nuit dans la province.

Des analyses spéciales de l'industrie touristique ont révélé que le Nouveau-Brunswick était l'une des rares provinces à bénéficier d'un excédent net de son compte touristique. En 1982, l'excédent de revenus touristiques des non-résidents, d'une valeur de 187,8 millions de dollars, a dépassé les dépenses des résidents de 49,5 millions.

En matière d'économie provinciale, il a été noté que les 330 millions de dollars de ventes se classaient au troisième rang après le secteur manufacturier et la production minière en ce qui a trait à la valeur totale de biens et de services vendus.

Un examen du produit intérieur brut a permis de comparer l'industrie à d'autres industries ayant produit des biens pendant l'année 1980. Dans cette circonstance seulement, les secteurs de restauration et d'hébergement de l'industrie ont produit des services pour une valeur de 130,5 millions de dollars, plaçant ainsi l'industrie après le secteur manufacturier, la construction et les services publics, mais avant les forêts, l'agriculture et les pêches.

b) Contrôle et évaluation:

Nous avons continué de produire régulièrement des relevés sur différents aspects de l'industrie et notamment le programme mensuel consacré aux taux d'occupation, au nombre de visites aux centres d'information touristique et au changement du nombre d'établissements d'hébergement. Parmi les travaux de recherche spéciale entrepris, citons:

- un projet d'essai sur le contrôle des taux d'occupation des terrains de camping du secteur privé
- une évaluation de contrôle de la publicité estivale
- une étude sur les demandes des touristes et les taux de conversion
- un examen de l'appréciation des touristes par rapport aux voyages au Nouveau-Brunswick
- une réponse aux demandes de renseignement provenant du secteur privé et d'autres organismes gouvernementaux.

De tels projets spéciaux ont révélé par exemple que plus de 85 pour cent des visiteurs ont qualifié leur voyage au Nouveau-Brunswick de bon ou excellent. Quarante-sept pour cent des touristes américains ont qualifié leur voyage dans la province d'excellent.

c) Voyages en autocar et voyages organisés:

Après avoir connu une période de croissance ininterrompue de six ans excédant 100 pour cent, le marché des voyages en autocar a accusé une baisse de 10 pour cent par rapport à

that the previous period of sustained growth to some degree represented an over-extension of performance which left the province vulnerable to weakened market conditions. These conditions were experienced as the weakened overall economy generally depressed the North American travel market and the steadily increasing competition in recent years reached a new zenith with the 1982 World's Fair in Knoxville, Tennessee. Nonetheless the 2,238 tour nights spent in 1982 represent an important component of the overall industry.

DEVELOPMENT:

Development section staff encouraged new and improved activity in the tourism industry, concentrating on the private sector.

A substantial number of development inquiries were answered in relation to a variety of new tourist developments as well as the expansion and upgrading of services. The industry was kept aware of varied financial assistance programs being offered by other government agencies in an effort to achieve maximum industry development.

PRIVATE SECTOR TOURISM PROGRAM:

Applications for assistance under the Private Sector Tourism Program, a component of the Job Creation Strategy sponsored by the Department of Labour and Manpower, were received throughout the year. The program assisted the private sector in the development of tourist attraction or accommodation services. At years' end, labour incentive grants had been made to 40 firms which created 370 jobs totalling 1,625 weeks at a total cost of $232,951 or $630 per job.

BUSINESS ADVISORY SERVICE:

The business advisory service offered by the Department continued to increase in tempo as tourism businesses throughout the province were provided with selected management assistance. Cash budgeting, management reviews and expansion feasibility are examples of services provided to the private entrepreneur. Other firms received assistance in evaluating and refinancing their debt position to cope with difficult economic circumstances.

In working closely with the private sector operators, the section undertook a pilot program on direct delivery for tourist attraction development. Several interested business persons were assisted in developing feasibility studies with regards to selective attractions. The staff worked closely with the operators to commence construction of these new attractions.

Two student employment projects were implemented during the summer months. One program under the Canada Student Employment Program produced a draft copy of an industry development source book to provide individuals interested in investing in the New Brunswick tourism industry with a complete resource reference publication.

l'année précédente. Il est probable que dans une certaine mesure, la période précédente de croissance soutenue représentait un surplus de rendement qui a rendu la province vulnérable à des conditions de marché affaiblies. Ces conditions sont survenues au même moment où l'affaiblissement de l'économie globale a fait baisser le marché touristique nord-américain et que la hausse constante de la concurrence au cours des dernières années a atteint un nouveau sommet avec la foire mondiale de 1982 à Knoxville au Tennessee. Malgré tout, les 2238 nuitées passées en 1982 représentent un aspect important de l'industrie globale.

DÉVELOPPEMENT:

Le personnel de la section de développement a encouragé le lancement d'activités nouvelles et améliorées dans l'industrie touristique et notamment dans le secteur privé.

La section a répondu à un grand nombre de demandes portant sur une variété de nouveaux développements touristiques, de même que sur l'extension et l'amélioration des services. L'industrie a été tenue au courant des divers programmes d'aide financière offerts par d'autres organismes gouvernementaux dans le but de développer l'industrie au maximum.

PROGRAMME DU SECTEUR PRIVÉ POUR LE TOURISME:

Au cours de l'année, nous avons reçu des demandes d'aide en vertu du Programme du secteur privé pour le tourisme, une partie intégrante de la Stratégie de création d'emplois subventionnée par le ministère du Travail et des Ressources humaines. Ce programme a permis aux membres du secteur privé de promouvoir des attractions touristiques ou des services d'hébergement. À la fin de l'année, des subventions d'encouragement ont été accordées à 40 compagnies qui ont créé 370 emplois totalisant 1625 semaines à un coût total de 232 951 $ ou 630 $ par emploi.

SERVICE DE CONSULTATION COMMERCIALE:

Les entreprises touristiques de la province ayant bénéficié de services de gestion sélectionnés, le ministère a continué d'offrir un nombre croissant de services de consultation commerciale. Ces services, qui sont offerts aux entrepreneurs privés, comptent entre autres l'établissement d'un budget de caisse, des examens de gestion et des études de faisabilité en matière d'agrandissement. Ce service a également permis à d'autres entreprises d'évaluer et de repenser leur position face à des difficultés financières.

En collaboration étroite avec les exploitants du secteur privé, la section a entrepris un programme d'essai sur la mise en oeuvre de services directs dans le cadre de la promotion des attractions touristiques. Plusieurs responsables d'entreprises intéressés ont reçu de l'aide dans l'élaboration d'études de faisabilité en ce qui a trait aux attractions sélectives. Le personnel a travaillé en étroite collaboration avec les exploitants pour entreprendre la construction de ces nouvelles attractions.

Deux projets de recrutement d'étudiants ont été réalisés pendant les mois d'été. Grâce à un projet dans le cadre du Programme canadien d'emploi des étudiants, il a été possible d'élaborer le brouillon d'un livre sur les sources de développement d'une industrie, une publication de

The second program under the Provincial Student Program resulted in the detailed assessment of the smallmouth bass industry in southwestern New Brunswick. This research document is being revised to provide detailed information for outfitters entering or expanding in the bass industry.

Staff worked closely with Hospitality New Brunswick to provide a management development seminar directed at refinancing entitled "Tourism Re'inancing Seminar". The refinancing workshop presented twenty-one financial and government representatives providing detailed information to fifty delegates from the industry.

An Energy Awareness Seminar has been planned to be presented to the industry during the spring of 1983.

LAND ACQUISITION:

During the 1982-83 fiscal year under the land acquisition phase of the program properties were acquired at locations, such as:

Pokeshaw - 2 properties were obtained to facilitate the development of a rest area, and adding 1,100 feet of shoreline to the system.

At Camp Pascobac (Belleisle Bay) - an improved access was acquired from Highway Rte #124 to the site.

At Mactaquac - additional land was purchased to protect developments in place.

At Lac Baker - property was obtained for future park expansion.

At Newcastle - property was purchased at The Enclosure Park to complete the control and ownership inside the Park.

At Hartland - property was purchased to protect the development there.

At Grand Falls - land assembly was completed for the Falls View Site Development.

In another aspect of the land acquisition phase, final settlement was reached at the Heron Island expropriation.

Throughout the year several legal surveys were carried out as part of the overall program, some were necessitated by land purchases, others for maintenance and property records. These were conducted at Mactaquac, Camp Pascobac, Hartland, The Enclosure, Oak Point, Spednic Lake and Eel River Bar.

In the evaluation phase of the program a major appraisal assignment was carried out at Hartland. Also several "in house" appraisals and land related investigations were completed during the year.

référence complète à l'intention des personnes intéressées à investir dans l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick.

Le second projet réalisé dans le cadre du projet provincial d'emploi des étudiants a abouti à une évaluation détaillée de l'industrie de l'achigan à petite bouche dans le sud-ouest du Nouveau-Brunswick. Ce document de recherche est actuellement révisé afin d'inclure des renseignements à l'intention des pourvoyeurs se joignant à l'industrie de l'achigan ou désirant trouver d'autres débouchés au sein de cette industrie.

Le personnel a travaillé en étroite collaboration avec Hospitalité Nouveau-Brunswick afin d'organiser un colloque sur le développement administratif orienté vers le financement et intitulé «Comment refinancer le tourisme?» Au cours de cet atelier sur le refinancement, 21 représentants financiers et gouvernementaux ont transmis des renseignements détaillés aux 50 délégués de l'industrie.

Un colloque intitulé «L'énergie - comment l'économiser?» devrait être présenté à l'industrie au printemps 1983.

ACQUISITION DE TERRAINS:

Dans le cadre du volet du programme portant sur l'acquisition de terrains, des propriétés ont été achetées au cours de l'exercice financier 1982-1983 aux endroits suivants:

À Pokeshaw, 2 propriétés ont été achetées pour permettre la réalisation de l'aménagement d'une halte routière, et 1100 pieds de littoral ont été ajoutés au réseau.

À Camp Pascobac (baie Belleisle), achat d'un chemin d'accès amélioré allant de la route 124 à l'emplacement du camp.

À Mactaquac, d'autres terrains ont été achetés afin de protéger les constructions déjà en place.

À Lac-Baker, achat d'une propriété pour l'agrandissement futur du parc.

À Newcastle, achat d'une propriété au parc Enclosure afin d'acquérir le contrôle du parc et tous les titres de propriété.

À Hartland, achat de terrains visant à protéger la construction existante.

À Grand-Sault, l'aménagement de terrains a été terminé pour la construction du poste d'observation des chutes.

Dans le cadre d'un autre aspect du volet du programme portant sur l'acquisition de terrains, nous sommes arrivés à un accord final en ce qui concerne l'expropriation de l'île aux hérons.

Pendant l'année, la section a procédé à plusieurs levés officiels lors de l'acquisition de terrains, ainsi qu'à l'occasion de travaux d'entretien et de mise à jour des dossiers. Ces levés ont été effectués aux parcs de Mactaquac, de Camp Pascobac, de Hartland, The Enclosure, de Oak Point, du lac Spednic et de Eel River Bar.

Management of existing properties remains a major part of the responsibility of the program, involving such things as property line disputes, easements, rights of way, transfers of administration etc, which are an ongoing part of the overall program. This past fiscal year the Department completed forwarding and registering all its properties to date at the Provincial Properties Data Center. Maintenance and updating of these records will now become an ongoing part of the inventory phase.

As of March 31, 1983, Tourism New Brunswick administered and controlled 57,230 acres (23,161 hectares) of land.

SPECIAL PROJECTS:

Under the Developing Regions Sub-Agreement, the Department was selected as the implementing agency for the planning, design and construction of a major attraction focusing upon Grand Falls and the Gorge. Contracts were awarded for site development and construction of a visitors' center at the site overlooking the falls. A second contract was issued for redevelopment of Centennial Park and construction of a building housing a restaurant, gift shop, and rest facilities. Research was conducted into the social, cultural and natural history of the area, in preparation for the interpretive program.

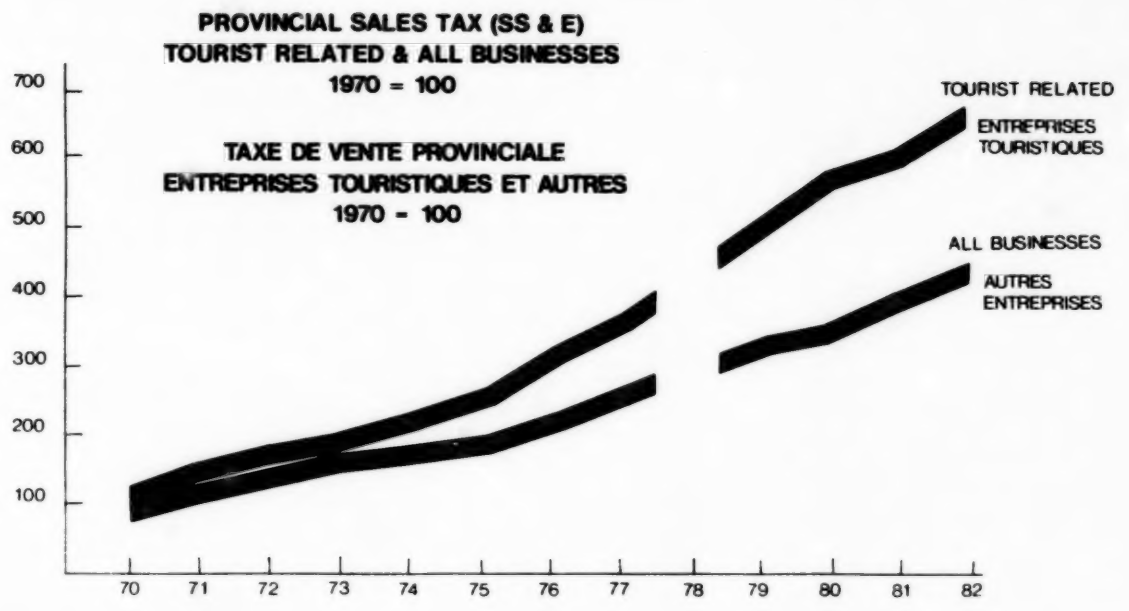
Dans le cadre du volet du programme portant sur l'évaluation, la section a procédé à d'importantes évaluations à Hartland. Par ailleurs, elle a effectué plusieurs expertises et enquêtes «maison» concernant des terrains au cours de l'année.

Dans le cadre du programme d'ensemble, la gestion des propriétés existantes reste une partie importante des responsabilités comportant des sujets tels que les conflits relatifs aux lignes de propriété, les servitudes, les emprises de route, les transferts de direction, etc. Au cours de l'année financière qui vient de s'écouler, le ministère a fini de transmettre et d'enregistrer toutes ses propriétés au Centre de données sur les propriétés provinciales. La tenue et la mise à jour de ces dossiers fera maintenant partie intégrante de la partie du volet «inventaire» du programme.

Au 31 mars 1983, Tourisme Nouveau-Brunswick administrait et contrôlait un total de 57 230 acres (23 161 hectares) de terrain.

PROJETS SPÉCIAUX:

Dans le cadre de l'Entente auxiliaire sur le développement des régions, le ministère a été choisi comme l'organisme responsable de la planification, la conception et la construction d'une attraction majeure mettant en valeur les chutes de Grand-Sault et les gorges. Les contrats ont été accordés pour l'aménagement du site et la construction d'un centre touristique à l'endroit donnant sur les chutes. Un second contrat a été accordé pour le nouvel aménagement du parc du Centenaire et la construction d'un édifice abritant un restaurant, une boutique de cadeaux et une aire de repos. Des recherches ont été entreprises concernant les aspects social, culturel et naturel de la région en vue de la réalisation du programme interprétatif.



INCREASING REVENUES

In 1982 provincial sales tax (SS & E) from tourist related businesses totalled $18.0 million. This was equivalent to 8.2 percent of the total provincial sales tax received from all sources.

Since 1970 sales tax revenues from tourist related businesses have increased by a multiple of 6.6. over the same period sales tax revenues from all sources have increased by a multiple of 4.0.

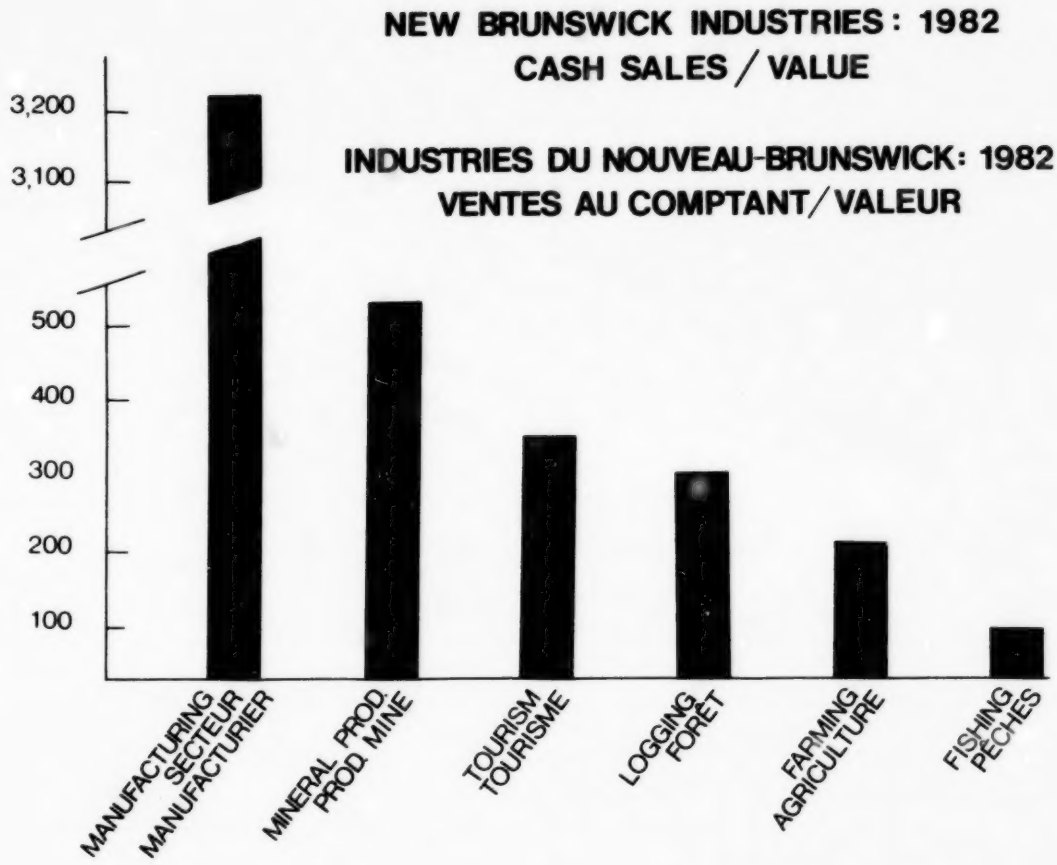
Tourist related businesses include only those directly involved in the Tourism Industry. These businesses typically account for 50 percent or less of total tourism expenditures and exclude highly taxable purchases such as gasoline.

AUGMENTATION DES REVENUS

En 1982, les taxes de vente provinciales provenant des entreprises touristiques ont atteint 18 millions de dollars. Ce chiffre équivalait à 8,2 pour cent du total des taxes de vente provinciales de toutes provenances.

Depuis 1970, les revenus provenant des taxes de vente des entreprises touristiques ont été multipliés par 6.6. pendant la même période, les revenus provenant des taxes de vente de toutes provenances ont été multipliés par 4.

Les entreprises touristiques comprennent seulement celles qui s'occupent directement de l'industrie touristique. Ces entreprises rendent habituellement compte de 50 pour cent ou moins du total des dépenses touristiques et ne font aucun achat très taxable tel que celui d'essence.



In 1982 Tourism Industry Sales totalled $330 million. In comparison the value of mineral production totalled $517 million and the logging industry reported a value of shipment of $275 million (1981).

En 1982, les ventes de l'industrie Touristique ont atteint 330 millions de dollars. En comparaison, la valeur de la production minière a totalisé 517 millions de dollars et l'industrie forestière a expédié des marchandises pour une valeur de 275 millions de dollars (1981).

ADMINISTRATION

Administration, involved the activities of not only the administration branch of the Department of Tourism, but also other elements of programs covered in this report.

PERSONNEL AND SERVICES:

During the period covered in this report administrative staff were involved with:

- Participation on eight Civil Service interview boards to fill vacant positions, a decrease of four from the previous year.
- The handling of 2 grievances of items identified in employee contracts under the Public Service Labour Relations Act. This was a decrease of 25 from the previous year. Settlements were achieved in these two cases in favour of the department at the third level of grievance.
- The issuing of 607 tourist establishment licenses under authority of the Tourism Development Act.

Peak casual staff for the department totalled 850, an increase of 241 over the previous year, while the level of regular employees was retained at 205.

BUDGETING AND ACCOUNTING:

During this fiscal period, staff involved with budgeting and accounting:

- Conducted 6 audits on revenue producing departmental facilities to ensure compliance with the Financial Administration Act, the Parks Act and the Tourism Development Act and with department regulations respecting revenue.
- Prepared and processed, in co-operation with Community Improvement Corporation, 12 claims for provincial revenue under cost-shared federal-provincial agreements.
- Maintained control and prepared budget status reports on a weekly basis.
- Processed expenditure documents in accounting for budgeted funds as outlined on revenue and expenditure statements.

TOURISM ADVISORY COUNCIL:

The Tourism Advisory Council appointed via Order-in-Council 81-831 completed its term of office on October 21, 1982.

Members of the Council were:

Chairman, Robert DeGrace, Bathurst; Vice-Chairman, Courtney Mason, Fredericton; George LaBelle, Cocagne; Gordon Weir, Alma; Tom Anderson, Sussex; William Whalen, Nelson/Miramichi; Floyd Lavallée, Cap-Pelé; Guy

ADMINISTRATION

L'administration couvrait non seulement les activités de cette direction, mais également d'autres aspects de tous les programmes décrits dans ce document.

PERSONNEL ET SERVICES:

Au cours de la période couverte par ce rapport, le personnel administratif:

- a participé à huit séances d'entrevue de la Commission de la fonction publique en vue de combler des postes vacants (diminution de quatre par rapport à l'an dernier).
- a entendu deux griefs prévus par les conventions collectives aux termes de la Loi relative aux relations de travail dans les services publics. Ce chiffre représente une diminution de 25 cas par rapport à l'an dernier. Des règlements ont été conclus dans ces deux cas en faveur du ministère au troisième niveau de grief.
- a délivré 607 permis d'établissement touristique aux termes de la Loi sur le développement du tourisme.

Pendant la saison de pleine exploitation, le nombre d'employés occasionnels engagés par le ministère a atteint un total de 850, soit une augmentation de 241 par rapport à l'an dernier tandis que 205 employés occupaient des postes permanents.

BUDGET ET COMPTABILITÉ:

Pendant l'exercice financier, le personnel chargé du budget de la comptabilité:

- a procédé à 6 vérifications dans des établissements à but lucratif du ministère en vue de s'assurer du respect des dispositions de la Loi sur l'administration financière, de la Loi sur les parcs et de la Loi sur le développement du tourisme, ainsi que des règlements du ministère en matière de revenu.
- a préparé et mis à l'étude, en collaboration avec la Société d'aménagement régionale, 12 demandes en matière de revenu provincial aux termes des ententes fédérales-provinciales à frais partagés.
- a contrôlé et préparé des états hebdomadaires sur la situation budgétaire.
- a produit des documents comptables sur les dépenses relevant des fonds budgétaires comme l'indiquent les états des revenus et dépenses.

CONSEIL CONSULTATIF DU TOURISME:

Le Conseil consultatif du tourisme, formé aux termes du décret en conseil 81-831, a terminé son mandat le 21 octobre 1982.

Les membres du conseil étaient les suivants:

Président: M. Robert DeGrâce de Bathurst vice-président: M. Courtney Mason de Fredericton, MM. George LaBelle de Cocagne, Gordon Weir d'Alma, Tom Anderson de Sussex, William Whalen de Nelson-Miramichi,

Raymond, Edmundston; Paul Racine, Campbellton; Karl Wilson, McNamee; Seward MacDonald, Saint John; Fred Webb, Nictau; Frank Landry, Moncton; Dieter Haun, St. Stephen.

The minister's representative on the council was Pat Peterson, Executive Director of Administration.

Representation on the council included nominations from Hospitality New Brunswick, N.B. Craftsmen's Council, Albert County Tourist Association, N.B. Farm Vacation Association, N.B. Federation of Labour, Campground Owners Association of N.B. and the N.B. Outfitters Association.

Throughout their one year period of appointment the council met at eight locations throughout the province to hear presentations from delegations from various tourist industry related groups. Recommendations are presented to the Minister of Tourism from the council as is contained in their mandate, as authorized by the Tourism Development Act.

Floyd Lavallée de Cap-Pelé, Guy Raymond d'Edmundston, Paul Racine de Campbellton, Karl Wilson de McNamee, Seward MacDonald de Saint John, Fred Webb de Nictau, Frank Landry de Moncton, Dieter Haun de St. Stephen.

M. Pat Peterson, directeur exécutif de l'administration, a servi de représentant du ministre au conseil.

La représentation au sein du conseil comprenait des personnes provenant des associations suivantes: Hospitalité Nouveau-Brunswick, Conseil des artisans du Nouveau-Brunswick, Association touristique du comté d'Albert, Association des fermes de vacances du Nouveau-Brunswick, Fédération du travail du Nouveau-Brunswick, Association des propriétaires de terrain de camping du Nouveau-Brunswick et Association des pourvoyeurs du Nouveau-Brunswick.

Au cours de leur mandat d'un an, les membres du conseil se sont rencontrés à huit endroits dans la province pour entendre des exposés de délégations provenant de divers groupes reliés à l'industrie touristique. Comme le prescrit leur mandat et tel que l'autorise la Loi sur le développement du tourisme, les membres du conseil présentent des recommandations au ministre du Tourisme.

DEPARTMENTAL EXPENDITURES
For the period April 1, 1982, to March 31, 1983

Personnel services (salaries)	$ 7,460,835
Other services	3,429,652
Material and supplies	1,123,670
Property and equipment	202,922
Contributions, grants, etc.	237,886
Debt charges - non-expense and surplus payment	147,578
	$12,602,543

DÉPENSES DU MINISTÈRE:
pour l'exercice allant du 1er avril 1982 au 31 mars 1983

Services du personnel (salaires)	7 460 835 $
Autres services	3 429 652
Fournitures et approvisionnements	1 123 670
Propriétés et équipement	202 922
Contributions, subventions, etc.	237 886
Services de la dette - décaissement ne constituant pas de dépenses et paiements d'excédent	147 578
	12 602 543 $

CAPITAL EXPENDITURES

Park and tourism facilities	$ 3,826,529

DÉPENSES DE CAPITAL

Parcs et installations touristiques	3 826 529 $

FEDERAL/PROVINCIAL COST SHAREABLE EXPENDITURES

General Development Agreement Ordinary	$ 216,226
General Development Agreement Capital (park and tourist facilities)	1,868,124
Total	$ 2,084,350

DÉPENSES PARTAGEABLES ENTRE LE FÉDÉRAL ET LA PROVINCE

Entente-cadre de développement (compte ordinaire)	216 226 $
Entente-cadre de développement (compte de capital, parcs et installations touristiques)	1 868 124
Total	2 084 350 $

TOTAL REVENUE RECEIVED BY THE DEPARTMENT

Tourist establishment licences	$ 13,019
Provincial park fees	978,389
Miscellaneous revenue	5,560
Vehicle - gain on disposal	1,450
Foreign exchange	431
Other interest income	69
All job creation	40,495
Total	$ 1,039,413

TOTAL DES REVENUS PERÇUS PAR LE MINISTÈRE

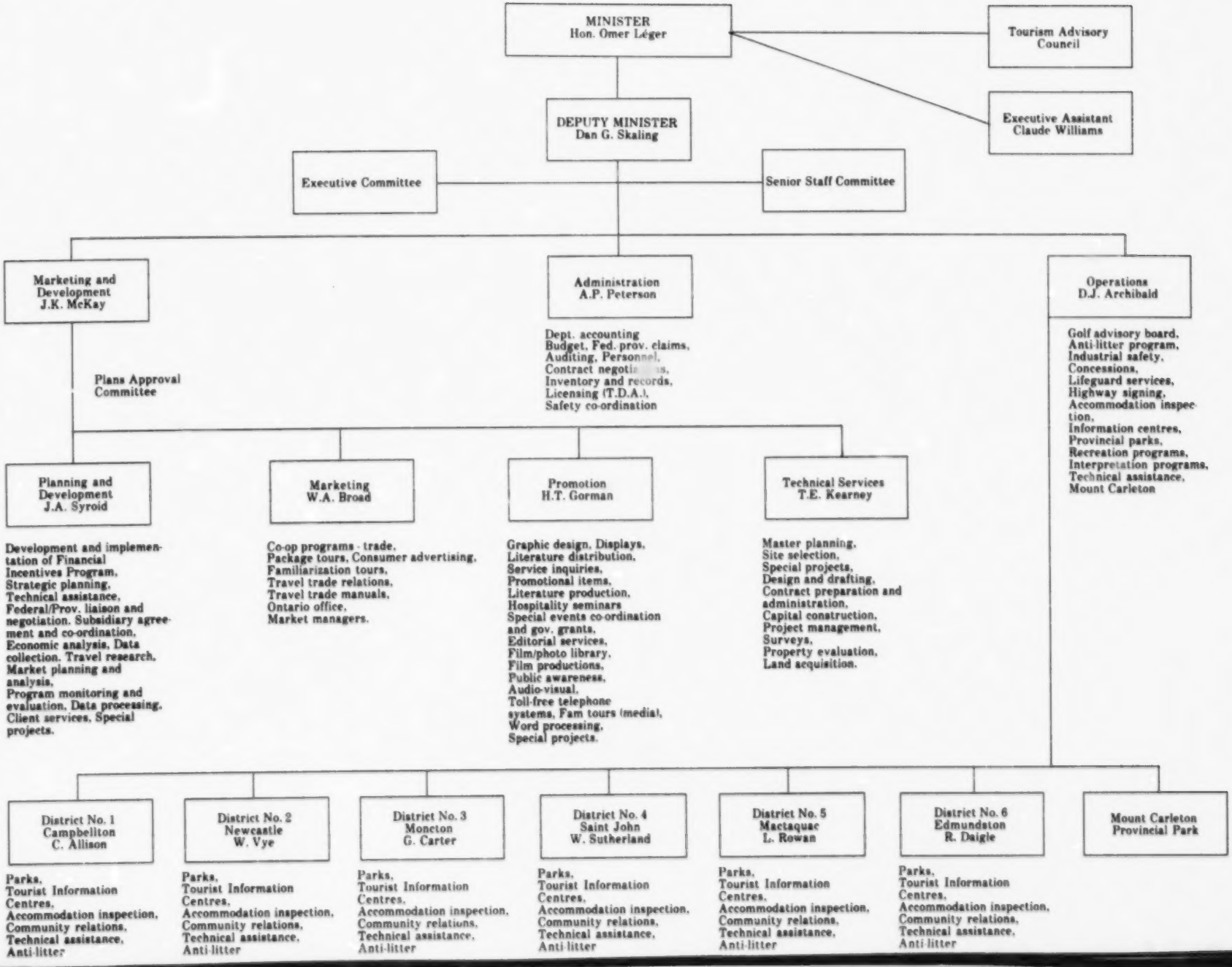
Permis d'exploitation des établissements touristiques	13 019 $
Droits d'entrée dans les parcs provinciaux	978 389
Revenus divers	5 560
Gain sur vente de véhicules	1 450
Échange de devises étrangères	431
Autre revenus d'intérêts	69
Tous les programmes de création d'emplois	40 495
Total	1 039 413 $

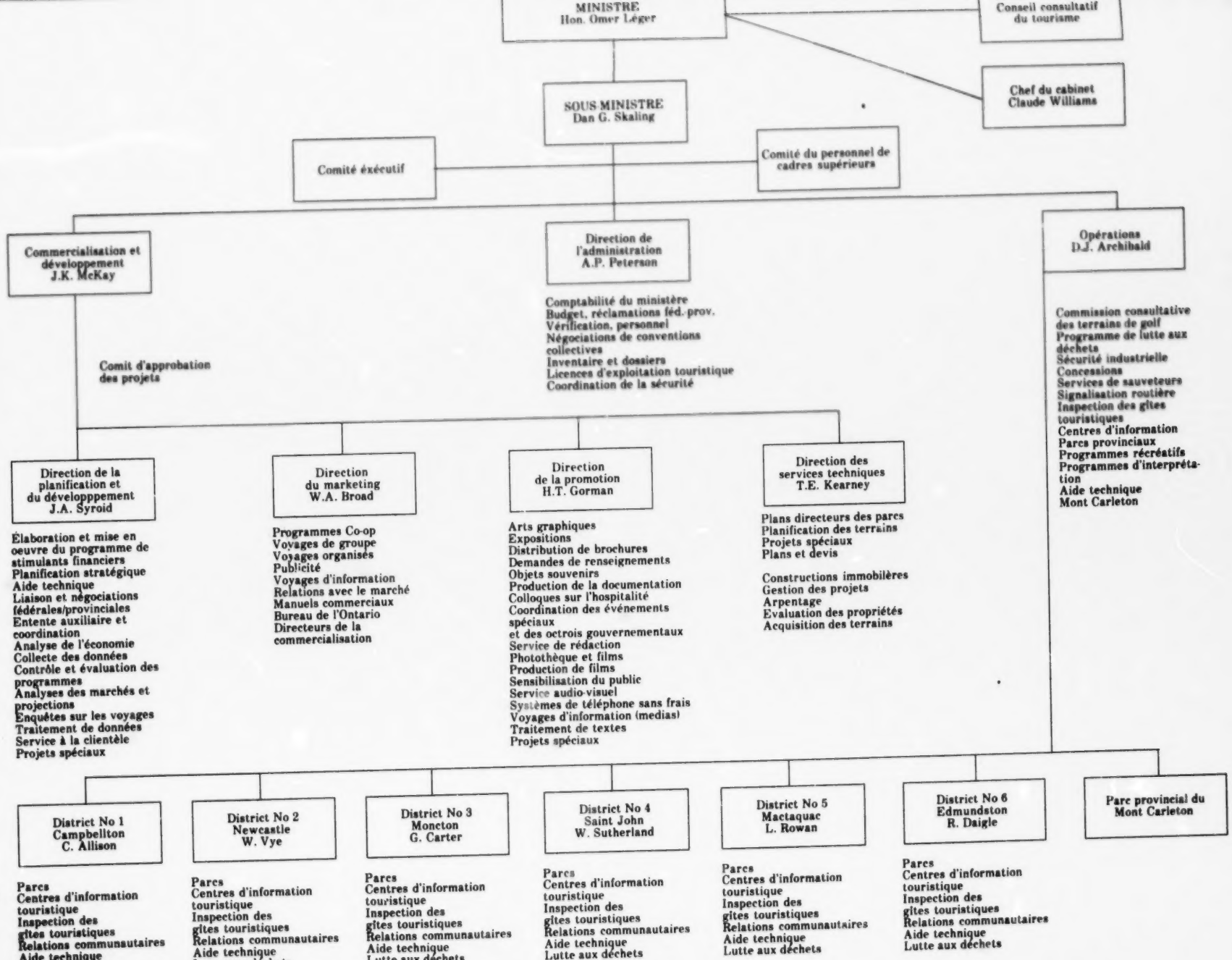
BREAKDOWN OF EXPENDITURES BY PROGRAM
For the period April 1, 1982, to March 31, 1983

Marketing	$ 2,179,350
Travel information services	1,270,748
Provincial parks	6,383,364
Tourism industry development	983,257
Administration	1,785,824
Total	12,602,543

DÉCOMPOSITION DES DÉPENSES PAR PROGRAMME
Pour la période allant du 1er avril 1982 au 31 mars 1983

Marketing	2 179 350 $
Services d'information touristique	1 270 748
Parcs provinciaux	6 383 364
Développement de l'industrie touristique	983 257
Administration	1 785 824
Total	12 602 543 $


MINISTER
Hon. Omer Léger
Tourism Advisory Council
DEPUTY MINISTER
Dan G. Skaling
Executive Assistant
Claude Williams
Executive Committee
Senior Staff Committee
Marketing and Development
J.K. McKay
Administration
A.P. Peterson
Operations
D.J. Archibald
Plans Approval Committee
Dept. accounting
Budget, Fed. prov. claims,
Auditing, Personnel,
Contract negotiations,
Inventory and records,
Licensing (T.D.A.),
Safety co-ordination
Golf advisory board,
Anti-litter program,
Industrial safety,
Concessions,
Lifeguard services,
Highway signing,
Accommodation inspection,
Information centres,
Provincial parks,
Recreation programs,
Interpretation programs,
Technical assistance,
Mount Carleton
Planning and Development
J.A. Syroid
Marketing
W.A. Broad
Promotion
H.T. Gorman
Technical Services
T.E. Kearney
Development and implementation of Financial Incentives Program,
Strategic planning,
Technical assistance,
Federal/Prov. liaison and negotiation. Subsidiary agreement and co-ordination,
Economic analysis. Data collection. Travel research,
Market planning and analysis,
Program monitoring and evaluation. Data processing,
Client services. Special projects.
Co-op programs - trade,
Package tours. Consumer advertising,
Familiarization tours,
Travel trade relations,
Travel trade manuals,
Ontario office,
Market managers.
Graphic design. Displays,
Literature distribution,
Service inquiries,
Promotional items,
Literature production,
Hospitality seminars
Special events co-ordination and gov. grants,
Editorial services,
Film/photo library,
Film productions,
Public awareness,
Audio-visual,
Toll-free telephone systems. Fam tours (media),
Word processing,
Special projects.
Master planning,
Site selection,
Special projects,
Design and drafting,
Contract preparation and administration,
Capital construction,
Project management,
Surveys,
Property evaluation,
Land acquisition.
District No. 1
Campbellton
C. Allison
District No. 2
Newcastle
W. Vye
District No. 3
Moncton
G. Carter
District No. 4
Saint John
W. Sutherland
District No. 5
Mactaquac
L. Rowan
District No. 6
Edmundston
R. Daigle
Mount Carleton
Provincial Park
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter


MINISTRE
Hon. Omer Léger
Conseil consultatif du tourisme
Chef du cabinet
Claude Williams
SOUS-MINISTRE
Dan G. Skaling
Comité exécutif
Comité du personnel de cadres supérieurs
Commercialisation et développement
J.K. McKay
Comit d'approbation des projets
Direction de l'administration
A.P. Peterson
Comptabilité du ministère
Budget, réclamations féd.-prov.
Vérification, personnel
Négociations de conventions collectives
Inventaire et dossiers
Licences d'exploitation touristique
Coordination de la sécurité
Opérations
D.J. Archibald
Commission consultative des terrains de golf
Programme de lutte aux déchets
Sécurité industrielle
Concessions
Services de sauveteurs
Signalisation routière
Inspection des gîtes touristiques
Centres d'information
Parcs provinciaux
Programmes récréatifs
Programmes d'interprétation
Aide technique
Mont Carleton
Direction de la planification et du développpement
J.A. Syroid
Élaboration et mise en oeuvre du programme de stimulants financiers
Planification stratégique
Aide technique
Liaison et négociations fédérales/provinciales
Entente auxiliaire et coordination
Analyse de l'économie
Collecte des données
Contrôle et évaluation des programmes
Analyses des marchés et projections
Enquêtes sur les voyages
Traitement de données
Service à la clientèle
Projets spéciaux
Direction du marketing
W.A. Broad
Programmes Co-op
Voyages de groupe
Voyages organisés
Publicité
Voyages d'information
Relations avec le marché
Manuels commerciaux
Bureau de l'Ontario
Directeurs de la commercialisation
Direction de la promotion
H.T. Gorman
Arts graphiques
Expositions
Distribution de brochures
Demandes de renseignements
Objets souvenirs
Production de la documentation
Colloques sur l'hospitalité
Coordination des événements spéciaux
et des octrois gouvernementaux
Service de rédaction
Photothèque et films
Production de films
Sensibilisation du public
Service audio-visuel
Systèmes de téléphone sans frais
Voyages d'information (medias)
Traitement de textes
Projets spéciaux
Direction des services techniques
T.E. Kearney
Plans directeurs des parcs
Planification des terrains
Projets spéciaux
Plans et devis
Constructions immobilières
Gestion des projets
Arpentage
Evaluation des propriétés
Acquisition des terrains
District No 1
Campbellton
C. Allison
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets
District No 2
Newcastle
W. Vye
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets
District No 3
Moncton
G. Carter
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets
District No 4
Saint John
W. Sutherland
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets
District No 5
Mactaquac
L. Rowan
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets
District No 6
Edmundston
R. Daigle
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets
Parc provincial du Mont Carleton

POOR

QUALITY

ORIGINAL